

MODELO TEÓRICO-PRÁTICO DE CO-CRIAÇÃO PARA VIVÊNCIAS: UM ESTUDO EXPLORATÓRIO DO DESIGN PARA VIVÊNCIAS

Luiz Henrique Strapasson Mileck

Universidade Federal do Paraná // UFPR

Setor de Artes, Comunicação e Design // SACOD

Programa de Pós-Graduação em Design // PPG-Design UFPR

Curitiba // 2016

MODELO TEÓRICO-PRÁTICO DE CO-CRIAÇÃO PARA VIVÊNCIAS: UM ESTUDO EXPLORATÓRIO DO DESIGN PARA VIVÊNCIAS

Luiz Henrique Strapasson Mileck

Dissertação apresentada ao Curso de Pós-Graduação em Design – Universidade Federal do Paraná – como requisito parcial à obtenção do grau de Mestre em Design, sob a orientação da
Profa. Dra. Stephania Padovani.

Curitiba | 2016

Catálogo na publicação
Mariluci Zanela – CRB 9/1233
Biblioteca de Ciências Humanas e Educação - UFPR

Mileck, Luiz Henrique Strapasson

Modelo teórico-prático de co-criação para vivências: um estudo
exploratório do design para vivências / Luiz Henrique Strapasson Mileck –
Curitiba, 2016.
175 f.

Orientadora: Profa. Dra. Stephania Padovani
Dissertação (Mestrado em Design) – Setor de Artes, Comunicação e
Design da Universidade Federal do Paraná.

1. Design - Criação. 2. Desenho (Projetos). 3. Design centrado no
usuário. I. Título.

CDD 745.2

TERMO DE APROVAÇÃO

Os membros da Banca Examinadora designada pelo Colegiado do Programa de Pós-Graduação em DESIGN da Universidade Federal do Paraná foram convocados para realizar a arguição da Dissertação de Mestrado de **LUIZ HENRIQUE STRAPASSON MILECK**, intitulada: "**Modelo Teórico Prático de Co-criação para Vivências: um estudo exploratório do design para vivências**", após terem inquirido o aluno e realizado a avaliação do trabalho, são de parecer pela sua aprovação (com distinção).

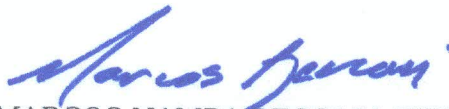
CURITIBA, 19 de Fevereiro de 2016.



Prof STEPHANIA PADOVANI (UFPR)
(Presidente da Banca Examinadora)



Prof JOSE GUILHERME DA SILVA SANTA ROSA (UFRN)



Prof MARCOS NAMBA BECCARI (UFPR)

àqueles dispostos a se molhar na chuva

AGRADECIMENTOS

Meus sinceros agradecimentos à professora Stephania Padovani, orientadora desta dissertação, por aceitar a proposta do objeto de pesquisa, pela permanente abertura em nossos encontros e pelas horas de atenção nas revisões.

À Antônio Romildo Mileck, Mariléia Strapasson Mileck e Ana Flávia Mileck que sempre me ofereceram apoio no porto-seguro que é esta nossa família.

À Mariá Braga de Oliveira, pela compreensão nas horas ausentes e pelo amor sempre presente, mesmo longe.

Ao professor Aguinaldo dos Santos pelo apoio desde o primeiro encontro, me explicando sobre o programa de mestrado, e em tantos outros ricos momentos que estive presente no decorrer deste período.

Aos professores Adriano Heemann, Guilherme José Santa Rosa e Marcos Beccari pelos conselhos e apontamentos na minha dissertação.

Aos meus amigos Daniel Martins e Renato Bedore, por descobrir juntos tantas vivências. Aos novos amigos Caue Bohrer, Diego Cesgran e Munir Bucair, por co-criar e confiar em tantas coisas que eu acreditei.

À Fernanda Lazzari, por me lembrar que “mestrado é só um papel”.

Aos meus colegas de sala, aos espectadores das palestras, aos entrevistados nesta pesquisa, aos ouvidos curiosos de pessoas que nem mesmo conheço, por acreditar em minhas percepções.

À alguma coisa que eu não sei bem explicar, mas que me manteve no rumo.

RESUMO

Inspirada no desenvolvimento da Economia Criativa, emerge uma necessidade das instituições de ampliar os diferenciais competitivos na mais alta distinção econômica, a Economia da Transformação, uma experiência transformadora e autêntica codificada nas vivências. Paralelamente, existe uma enorme quantidade de conhecimento acessível e um envolvimento cada vez maior dos consumidores instruídos com os produtos que compram, fazendo com que os processos de negócios tradicionais se inovem através de uma nova abordagem: a co-criação.

Com o objetivo de propor um modelo de co-criação de vivências é empregada, nesta dissertação de mestrado, uma nova abordagem intitulada de Design para Vivências, baseada em um estudo exploratório de codificação conceitual filosófica do fenômeno de vivência, uma tradução do termo alemão *Erlebnis*, bem como uma análise teórica-prática baseada nos estudos tipológicos de co-criação.

Buscou-se mapear os aspectos teóricos e práticos que caracterizam uma vivência e uma co-criação, por meio de uma pesquisa bibliográfica e de um estudo de campo. Como resultado teórico, obteve-se a conceituação dos termos, o estudo comparativo com termos similares e uma análise teórica reflexiva da co-criação de vivência. Como resultado prático, através de um estudo de campo, revelou-se os processos criativos e as classificações tipológicas e conceitos práticos dos termos vivência e co-criação de oito co-criadores de vivência entrevistados. Estes aspectos que caracterizam uma co-criação de uma vivência foram arranjados em um modelo, apresentado em uma dinâmica própria e avaliado em um estudo de caso, dentro de um contexto processual do design.

Por fim, este estudo se conclui apresentando uma proposta de modelo avaliado de co-criação para vivências. Este modelo pode ser usado tanto para fins acadêmicos, como gerador de estudos complementares buscando aperfeiçoamento do mesmo e da dinâmica proposta, como também para fins práticos de mercado, onde o modelo representado através de atributos característicos de uma co-criação de vivência se demonstrou satisfatório para uma dinâmica coletiva de criação de experiências transformadoras e autênticas.

ABSTRACT

Inspired by the Creative Economy development, emerges a need for institutions to expand competitive advantages in the highest economic distinction, the Transformation Economy, a transformative and authentic experience codified in “experiencing”. Besides, there is a huge amount of available knowledge and the involvement of educated consumers and their products, causing the traditional business processes to innovate through a new approach: co-creation.

Aiming to propose a model of co-creation experiencing a new approach called Experiencing Design is suggested by this work, based on an exploratory study of coding the philosophical conceptual of experiencing phenomenon, a translation of the German word Erlebnis, as well as a theoretical and practical analysis based on typological studies of co-creation.

Through a bibliographic research and a field study aimed to map the theoretical and practical aspects that characterize an experiencing and a co-creation. As theoretical result, the conceptualization of terms, the comparative study with similar terms and a reflective theoretical analysis of co-creation experiencing, were obtained. As a practical result, through a field study, the creative processes and typological classifications and practical concepts of the terms experiencing and co-creation, were constructed by eight experiencing co-creators respondents. These aspects characterizing an experiencing co-creating were arranged in a model, presented in a specific dynamic and evaluated in a case study, within a procedural Design context.

Finally, this study concludes by presenting a proposal of experiencing co-creation evaluated model that can be used both for academic purposes, as further studies generator seeking improvement of this model as well as the displayed dynamic, but also for practical purposes, where the model represented by characteristic attributes of a experiencing co-creation has been shown suitable for a dynamic group to create transformative and authentic experiences.

“Chuva
Chuva que cai
Chuva
Chuva que cai
Acende o pensamento
Chuva que cai
Com mais de uma gota
Chuva que cai
Mistura todo mundo
Chuva que cai
Porque ela cai do céu
Diante de um papel
Em um fluxo contínuo
Queimando como o mel”

SUMÁRIO

1. Introdução

P19	1.1.	Contexto e Pergunta de Pesquisa
P22	1.2.	Escopo e premissas
P23	1.3.	Objetivos
P24	1.4.	Justificativa e relevância ao Design
P25	1.5.	Visão geral do Método
P25	1.5.1.	Caracterização da Pesquisa
P26	1.5.2.	Organização da Pesquisa Metodológica
P27	1.6.	Estrutura da dissertação

2. Fundamentação Teórica

P29	2.1.	Vivência
P29	2.1.1.	Conceituação do termo Vivência
P32	2.1.2.	Diferença entre Vivência e Experiência
P34	2.1.3.	Aspectos caracterizadores de Vivência
P39	2.1.4.	Modelos de uma Vivência
P44	2.1.5.	Design para Vivência
P46	2.2.	Cocriação
P46	2.2.1.	Conceituação do termo Cocriação
P48	2.2.2.	Diferença entre Cocriação, Colaboração, Co-produção e Co-design
P50	2.2.3.	Perfil dos co-criadores e Ambiente das co-criações
P51	2.2.4.	Abordagens em cocriação
P53	2.2.5.	Cocriação no contexto do design e experiências
P55	2.3.	Síntese da Fundamentação Teórica

3. Modelagem Teórico-Analítica

P57	3.1.	Método
P60	3.2.	Sínteses dos Aspectos Caracterizadores de Vivência
P65	3.3.	Correlação com a Tríplice Semântica da Vivência
P66	3.4.	Constelação de Atributos Teóricos para Vivência
P68	3.5.	Co-criação: Contexto e Processo
P68	3.6.	Tipologia da Co-criação
P71	3.7.	Constelação de Atributos Teóricos para Co-criação
P73	3.8.	Modelo Teórico de Co-criação de Vivências

4. Modelagem Prático-Analítica

P75	4.1.	Método
P79	4.2.	Exploração prática preliminar
P79	4.3.	Seleção dos Participantes
P81	4.4.	Protocolo da Coleta de Dados
P84	4.5.	Resultados da Coleta de Dados
P95	4.6.	Análise Crítica de Dados
P100	4.7.	Constelação de Atributos Práticos
P103	4.8.	Modelo Prático de Co-criação de Vivências

5. Fusão dos Modelos

P105	5.1.	Método
P105	5.2.	Atributos gerais e específicos de vivência
P107	5.3.	Atributos gerais e específicos de co-criação
P109	5.4.	Modelo Teórico-Prático de Co-criação de Vivências

6. Avaliação do Modelo Proposto

P112	6.1.	Método
P115	6.2.	Formulação do problema e Definição da unidade-caso
P116	6.3.	Protocolo de Coleta de Dados
P125	6.4.	Resultado da Coleta de dados
P138	6.5.	Análise Crítica de Dados
P143	6.6.	Síntese de melhorias para o Modelo

7. Conclusão

P146	7.1.	Quanto às premissas
P148	7.2.	Quanto aos objetivos
P151	7.3.	Quanto aos resultados
P152	7.4.	Quanto aos desdobramentos futuros
P153	7.5.	Quanto à pesquisa e a dissertação

8. Referencial Bibliográfico

P154	8.1.	Organizada por ordem de apresentação
P159	8.2.	Organizada por ordem alfabética

LISTA DE FIGURAS, TABELAS E GRÁFICOS

- P19 Figura 1.1 – Gráfico da progressão do valor econômico. Fonte: Elaborado pelo autor a partir de Pine & Gilmore (1999).
- P25 Figura 1.2 – Resumo da classificação de pesquisa. Fonte: Elaborado pelo autor a partir de Prodanov, 2013).
- P27 Figura 1.3 – Quadro resumo da organização da pesquisa. Fonte: Elaborado pelo autor.
- P32 Tabela 2.1 – Traduções dos termos “Experiência” e “Vivência”. Fonte: Elaborado pelo autor a partir de Amatuzzi, 2007; Lindström, 2009.
- P41 Figura 2.1 – Diferença entre a Experiência e Vivência. Fonte: Snel, 2005 apud Lindström, 2009 (traduzido e redesenhado pelo autor).
- P42 Figura 2.2 – Significado do Evento (SE) de uma Experiência Total (Experience). Fonte: Snel, 2005 apud Lindström, 2009 (traduzido e redesenhado pelo autor).
- P43 Figura 2.3 – Processo de Experiência Total (Experience). Fonte: Boswijk, 2007 apud Lindström, 2009 (traduzido e redesenhado pelo autor).
- P43 Figura 2.4 – Conceptualização de Experiência e Vivência. Fonte: Lindström, 2009 (traduzido e redesenhado pelo autor).
- P44 Figura 2.5 – Integração da Conceptualização de Experiência e Vivência com o Modelo Experiencial de Aprendizagem (Experiential Learning Model) de Kolb, 1984. Fonte: Lindström, 2009 (traduzido e redesenhado pelo autor).
- P52 Figura 2.6 – Abordagens de design. Fonte: Elaborado pelo autor a partir de Kaulio, 1998; Sanders & Stappers, 2008; Scariot, Heemann, & Padovani, 2012).
- P57 Figura 3.1 – Quadro resumo da Fase 01: Teórica-Analítica. Fonte: Elaborado pelo autor.
- P60 Figura 3.2 – Esquema de organização da tabela do estudo analítico. Fonte: Elaborado pelo autor.
- P61 Figura 3.3 – Mapa mental dos aspectos caracterizadores de vivência. Fonte: Elaborado pelo autor.
- P62 Figura 3.4 – Aspectos caracterizadores de vivência. Fonte: Elaborado pelo autor.
- P66 Tabela 3.1 – Correlação entre os conceitos da Triplíce Semântica de Nietzsche e as frases sínteses desta pesquisa. Fonte: Elaborado pelo autor a partir de Viesenteiner, 2013.
- P67 Figura 3.5 – Constelação de atributos teóricos para vivência. Fonte: Elaborado pelo autor.
- P69 Figura 3.6 – Os 4 tipos de co-criação com clientes. Fonte: O’hern & Rindfleisch, 2008 (traduzido e redesenhado pelo autor).
- P70 Figura 3.7 – Os 4 tipos de co-criação. Fonte: Pater, 2009 (traduzido e redesenhado pelo autor).
- P72 Figura 3.8 – Constelação de atributos teóricos para co-criação. Fonte: Elaborado pelo autor.
- P74 Tabela 3.2 – Modelo teórico de co-criação de vivência. Fonte: Elaborado pelo autor.
- P76 Figura 4.1 – Quadro resumo da Fase 02: Prática-Analítica. Fonte: Elaborado pelo autor.
- P80 Tabela 4.1 – Quadro resumo dos entrevistados. Fonte: Elaborado pelo autor.
- P83 Tabela 4.2 – Perguntas dos questionários feitos na primeira e segunda fase das entrevistas. Fonte: Elaborado pelo autor.
- P84 Gráfico 4.1 – Perfil do sexo dos entrevistados. Fonte: Elaborado pelo autor.
- P84 Gráfico 4.2 – Perfil da idade dos entrevistados. Fonte: Elaborado pelo autor.
- P84 Gráfico 4.3 – Perfil do local de criação dos entrevistados. Fonte: Elaborado pelo autor.
- P84 Gráfico 4.4 – Perfil da formação dos entrevistados. Fonte: Elaborado pelo autor.
- P85 Gráfico 4.6 – Perfil do período de criação dos entrevistados. Fonte: Elaborado pelo autor.
- P85 Gráfico 4.6 – Perfil da trajetória dos entrevistados. Fonte: Elaborado pelo autor.
- P86 Figura 4.2 – Processo criativo da empreendedora na plataforma de *crowdlearning* (primeira entrevista). Fonte: Elaborado pelo autor.
- P87 Figura 4.3 – processo criativo do empreendedor e chef de cozinha no restaurante premiado (segunda entrevista). Fonte: Elaborado pelo autor.
- P88 Figura 4.4 – Processo criativo do (a) chef de cozinha no restaurante de comida de imigração e do (b) empreendedor e sócio do coworking e também (terceira e quarta entrevista). Fonte: Elaborado pelo autor.

- P88 Figura 4.5 – Processo criativo do fotógrafo e organizador do evento artístico (quinta entrevista). Fonte: Elaborado pelo autor.
- P89 Figura 4.6 – Processo criativo do especialista em experiência de aprendizagem (sexta entrevista). Fonte: Elaborado pelo autor.
- P91 Figura 4.7 – Processo criativo da organizadora de eventos gastronômicos (sétima entrevista). Fonte: Elaborado pelo autor.
- P92 Figura 4.8 – Processo criativo do professor e organizador de encontros entre ilustradores (oitava entrevista). Fonte: Elaborado pelo autor.
- P93 Tabela 4.3 – Tabela resumo com as palavras chaves sobre vivência dos participantes das entrevistas. Fonte: Elaborado pelo autor.
- P94 Tabela 4.4 – Tabela resumo com as palavras chaves sobre co-criação dos participantes das entrevistas. Fonte: Elaborado pelo autor.
- P95 Figura 4.9 – Atributos práticos dos entrevistados formam uma tipologia do processo criativo. Fonte: Elaborado pelo autor.
- P97 Tabela 4.5 – Tabela dos resultados segundo atributos práticos dos entrevistados. Fonte: Elaborado pelo autor.
- P98 Figura 4.10 – Processos criativos analisados segundo os 4 tipos de co-criação com clientes de O’hern & Rindfleisch (2008). Fonte: Elaborado pelo autor a partir de O’hern & Rindfleisch, 2008.
- P99 Figura 4.11 – Processos criativos analisados segundo os 4 tipos de co-criação de Pater (2009). Fonte: Elaborado pelo autor a partir de Pater, 2009.
- P101 Figura 4.12 – Constelação de atributos práticos para vivência. Fonte: Elaborado pelo autor.
- P103 Figura 4.13 – Constelação de atributos práticos para co-criação. Fonte: Elaborado pelo autor.
- P103 Tabela 4.6 – Modelo prático de co-criação de vivência. Fonte: Elaborado pelo autor.
- P106 Figura 5.1 – Comparação entre constelação de atributos de vivência teórico (a) e prático (b). Fonte: Elaborado pelo autor.
- P107 Figura 5.2 – Fusão das constelações de atributos de vivência teórico e prático. Fonte: Elaborado pelo autor.
- P108 Figura 5.3 – Comparação entre constelação de atributos de co-criação teórico (a) e prático (b). Fonte: Elaborado pelo autor.
- P108 Figura 5.4 – Fusão das constelações de atributos de co-criação teórico e prático. Fonte: Elaborado pelo autor.
- P110 Tabela 5.1 – Modelo teórico-prático de co-criação de vivência. Fonte: Elaborado pelo autor.
- P113 Figura 6.1 – Quadro resumo da Fase 03: Fusão e Fase 04: Avaliação. Fonte: Elaborado pelo autor.
- P116 Figura 6.2 – Início da dinâmica. Fonte: Elaborado pelo autor.
- P117 Figura 6.3 – Material: 3 tabuleiros divididos em 9 categorias. Fonte: Elaborado pelo autor.
- P118 Figura 6.4 – Cartas-atributo: detalhe da frente de três cartas - (a) com título e pequena definição, (b) com definição original, (c) com símbolo - e do verso (d) de uma carta. Fonte: Elaborado pelo autor.
- P118 Figura 6.5 – Cartas-atributo da categoria processo de co-criação. Detalhe para o grupo de 3 cartas do atributo início. Fonte: Elaborado pelo autor.
- P119 Figura 6.6 – Cartas-atributo coringas. Fonte: Elaborado pelo autor.
- P120 Figura 6.7 – Roteiro de apresentação da dinâmica. Fonte: Elaborado pelo autor.
- P122 Tabela 6.1 – Tabela de conversão de definição. Fonte: Elaborado pelo autor.
- P126 Figura 6.8 – Linha do tempo da dinâmica. Fonte: Elaborado pelo autor.
- P130 Tabela 6.2 – Tabela de escolha das cartas de co-criação. Fonte: Elaborado pelo autor.
- P131 Tabela 6.3 – Tabela de escolha das cartas de vivência. Fonte: Elaborado pelo autor.
- P132 Figura 6.9 – Representação da análise de links para o tabuleiro com as categorias. Fonte: Elaborado pelo autor.
- P133 Figura 6.10 – Representação da análise de links para as cartas-atributos da categoria “Processo” de co-criação. Fonte: Elaborado pelo autor.
- P134 Figura 6.11 – Representação da análise de links para as cartas-atributos da categoria “Pessoas” de co-criação. Fonte: Elaborado pelo autor.
- P135 Figura 6.12 – Representação da análise de links para as cartas-atributos da categoria “Contexto” de co-criação. Fonte: Elaborado pelo autor.
- P135 Figura 6.13 – Representação da análise de links para as cartas-atributos da categoria “Processo” de vivência. Fonte: Elaborado pelo autor.

- P136 Figura 6.14 – Representação da análise de links para as cartas-atributos da categoria “Imediatez” de vivência. Fonte: Elaborado pelo autor.
- P136 Figura 6.15 – Representação da análise de links para as cartas-atributos da categoria “Experimentação” de vivência. Fonte: Elaborado pelo autor.
- P137 Figura 6.16 – Representação da análise de links para as cartas-atributos da categoria “Significabilidade” de vivência. Fonte: Elaborado pelo autor.
- P137 Figura 6.17 – Representação da análise de links para as cartas-atributos da categoria “Encontro” de vivência. Fonte: Elaborado pelo autor.
- P138 Figura 6.18 – Representação da análise de links para as cartas-atributos da categoria “Plenitude” de vivência. Fonte: Elaborado pelo autor.
- P140 Tabela 6.4 – Tabela com os resultados de escolha das cartas-atributos. Fonte: Elaborado pelo autor.
- P141 Figura 6.19 – Comparação das representações da análise de links para todas cartas-atributos de cada categoria. Fonte: Elaborado pelo autor.
- P142 Tabela 6.5 – Tabela comparando os índices cartas/movimento. Fonte: Elaborado pelo autor.
- P143 Tabela 6.6 – Modelo teórico-prático de co-criação de vivência avaliado. Fonte: Elaborado pelo autor.

PREÂMBULO

Ao terminar de escrever a introdução, senti necessidade de fazer a introdução da introdução. Este preâmbulo é uma tentativa de explicar a vivência que passei até a decisão, ou até necessidade, de iniciar o mestrado, e desenvolver à minha maneira de aprender a pesquisar sobre cocriação para vivências.

O interesse pelo tema surgiu muito antes do interesse pelo mestrado. Ao sentar em uma mesa de restaurante, compartilhar uma garrafa de vinho com alguns amigos, ou ao pedir um simples *espresso* em uma cafeteria, uma pergunta sempre permanecia: **Qual a história deste prato? E deste ingrediente? E desta bebida?**

Quanto mais se frequentava os lugares, mais perguntas como estas surgiam, ao mesmo tempo que uma leve impressão começava a se mostrar cada vez mais certa: aquilo que se manifestava ao redor da mesa, com dúvidas referentes à origem dos alimentos, iria muito além da experiência, termo comumente utilizado no universo gastronômico.

A primeira tentativa de ajudar a responder estas perguntas veio com o surgimento da Vivah, empresa de gastronomia na qual o autor é sócio fundador. O objetivo da Vivah é transmitir conhecimento através de experiências gastronômicas, traduzido pela empresa no termo “vivências gastronômicas”.

Desde o surgimento da Vivah, seus fundadores já acreditavam na diferenciação dos termos experiência e vivência, porém, sem qualquer fundamentação. Vivências gastronômicas foi escolhido como “sobrenome” da Vivah, muito mais para se distanciar do termo experiência do que para explicar realmente o que a empresa pretendia.

Na Vivah, acredita-se que esta vivência somente ocorre quando a comida é experimentada através dos cinco sentidos e é enriquecida com as histórias que cada prato, ingrediente ou modo de preparo têm para contar.

Dentro da empresa, ao criar um serviço, tudo era construído de forma empírica, testando situações e aprendendo com os próprios erros, sempre interagindo com outras pessoas na busca de uma melhor performance. Não era apenas o significado da palavra vivência que era negligenciado, não se buscava construir estas vivências utilizando metodologias e ferramentas por puro desconhecimento.

Assim como as primeiras inquietações sobre as histórias dos pratos, dos ingredientes e das bebidas, o significado profundo da palavra vivência e o conhecimento sobre modelos de criação em grupo, agora, dividiam atenção. Surgiu então a pergunta: **O que são vivências gastronômicas e como projetá-las?**

Quanto mais se estudava sobre o assunto em livros e artigos, sempre partilhando dos achados com outras pessoas que atuavam na criação, percebia-se que este problema não era apenas da área gastronômica, mas que também acontecia em outras áreas da Economia Criativa*, como produções de eventos ou na criação de serviços, ou ainda em diversas áreas do design por exemplo.

O que antes era construído de forma empírica, passou a ser feito através de ferramentas e de modelos, oriundos em sua maioria de diferentes áreas do design, capacitando o momento de criação e originando vivências gastronômicas cada vez mais transformadoras.

Além da conceituação de vivência, existia outro ponto bastante inquietante. Durante o desenvolvimento da Vivah, sempre que buscávamos projetar alguma experiência transformadora, este processo acontecia de forma colaborativa, normalmente durante uma, ou mais de uma, sessão de cocriação, envolvendo diversas pessoas de diferentes áreas de formação e atuação. Então surgiu outra pergunta: **Como funciona a colaboração e como co-criar vivências gastronômicas?**

Mais do que uma motivação pessoal, compreender o que é uma vivência, como ela se diferencia de uma experiência, como projetá-la através da cocriação parece inevitável para o futuro criativo e colaborativo em que o mundo está mergulhando, e preencherá o contexto dos serviços em um curto espaço de tempo.

*NOTA: Economia Criativa compreende os produtos e serviços baseados em textos, símbolos e imagens, referindo-se ao conjunto distinto de atividades do contexto de criatividade cujos produtos incorporam propriedade intelectual (Miguez, 2007).

1. INTRODUÇÃO

Pretendo com esta introdução apresentar o contexto que motivou a pergunta de pesquisa, definir o escopo e as premissas que delimitam o trabalho, e apresentar os objetivos e justificativas desta dissertação.

1.1. Contexto e Pergunta de Pesquisa

O contexto da pesquisa surge no encontro de dois conceitos, a vivência e a cocriação. Presentes no cotidiano do pesquisador, como apresentado anteriormente no preâmbulo, estes dois conceitos estão cada vez mais presentes na sociedade contemporânea em que vivemos.

Os conceitos da Sociedade da Experiência, ou *Experience Society*, de Toffler (1970) e Schulze (1992), e Economia da Experiência, ou *Experience Economy*, de Pine & Gilmore (1999) e Boswijk et al. (2007), transformaram o mundo nas últimas décadas (Lindström, 2009).

Pine & Gilmore (1999) conseguem ilustrar o caminho que a transformação econômica passou ao longo dos anos, iniciando com as *commodities*, passando pelos produtos e depois pelos serviços, o desenvolvimento da experiência, e por fim, chega a economia da transformação.

O gráfico da progressão do valor econômico apresenta, de forma bastante objetiva, que quanto menor a competitividade, menor também a relevância ao consumidor, fazendo com que a oferta seja desvalorizada no mercado, diminuindo seus preços. Ao passo que a oferta vai se diferenciando, a competitividade aumenta, propiciando uma maior necessidade ao consumidor, aumentando assim o preço da oferta.

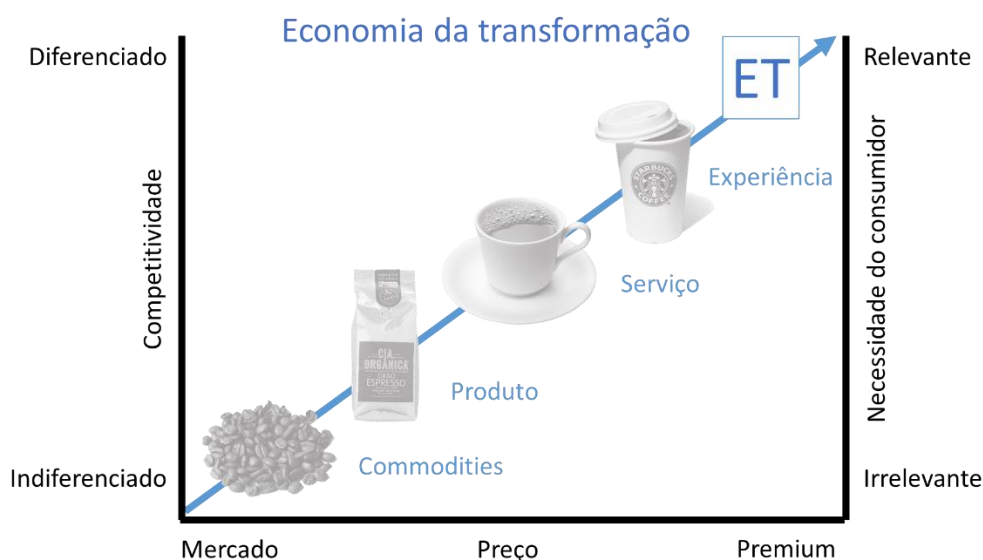


Figura 1.1 – Gráfico da progressão do valor econômico. Fonte: Elaborado pelo autor a partir de Pine & Gilmore (1999).

O exemplo que Pine & Gilmore (1999) utilizam como oferta é o café. Uma vez que ele era comercializado como *commodities*, ou seja, sem diferenciação direta para o consumidor, seu

preço de comercialização é menor comparado às outras formas de ofertá-lo. No momento em que estes grãos de café foram embalados, começando a se diferenciar um ao outro, eles deixaram de ser uma *commodities* e começaram a ser comercializados como produto.

A evolução desta oferta surgiu com a criação das cafeterias, servindo o café não mais como produto, mas sim como serviço, aumentando ainda mais a diferenciação da oferta e tornando-se relevante para a necessidade do consumidor. Nesta oferta não apenas as características do produto são fundamentais, mas atendimento e conveniência começam a fazer a diferença.

Uma vez que todos os serviços começaram a se tornar irrelevantes ao consumidor, a experiência tomou seu lugar, aumentando ainda mais a necessidade do consumidor, elevando ainda mais a competitividade e seus preços. Esta experiência está relacionada com uma atmosfera única do serviço, presente tanto na estética do serviço como no contexto de interação entre consumidor e empreendimento.

Por fim, na economia da transformação, a oferta é oferecida individualmente de maneira a eliciar, ou seja, promover o máximo de informação ao cliente, que, diferentemente dos produtos e serviços, são sustentáveis ao longo do tempo, transformando o cliente. Assim, experiências transformadoras são únicas para cada cliente, e portanto, de acordo com Pine e Gilmore (1999), não podem ser padronizados, elevando os preços deste tipo de oferta. (Lindström, 2009).

Devido as características elicitadoras, as experiências transformadoras possibilitam uma oferta de maior impacto, com mais informação e mais significância, engajando assim o cliente, construindo um diferencial competitivo para as empresas e aumentando a relevância da marca através de uma experiência vivencial transformadora para o consumidor final.

Estas experiências transformadoras estão intimamente ligadas ao conceito de Indústria Criativa e Economia Criativa, que segundo Miguez (2007) “trata dos bens e serviços baseados em textos, símbolos e imagens e refere-se ao conjunto distinto de atividades assentadas na criatividade, no talento ou na habilidade individual, cujos produtos incorporam propriedade intelectual e abarcam do artesanato tradicional às complexas cadeias produtivas das indústrias culturais”.

Para Miguez (2007), a Economia Criativa está mais presente em todas as esferas da vida social e, devido a sua dimensão econômica acelerada, “a cultura passou a ser objeto privilegiado da atenção, mundo afora, dos estudos científico acadêmicos.

De acordo com as Nações Unidas, indústrias culturais e criativas representam 7% do PIB mundial, e passaram de 39,3 bilhões de dólares em 1994 para 59,2 bilhões de dólares em 2002. E este aumento deve continuar, visto que em 2008 era previsto um aumento de 1,7 trilhões de dólares, com um aumento da indústria cultural e criativa esperado de 7% anualmente em todo o mundo (UNESCO, 2007, apud Lindström, 2009).

Segundo dados do Ministério da Cultura do Brasil (2013), olhando apenas para o Brasil, este crescimento médio anual nos setores criativos chega a 6,13%, superior ao aumento médio do PIB nacional, cerca de 4,3% nos últimos anos.

Mermiri (2009) traz à tona o sentimento de transformação que acontece em um serviço dentro da Economia Criativa, na qual “os produtos culturais, como em peças de teatro, convidam e

desafiam o público de dar a sua própria interpretação do que eles estão enfrentando e o que isso significa para eles”. E como consequência disto, Mermiri (2009) aponta que “o produto cultural estimula uma reação diferente para cada pessoa, e assim encoraja um diálogo autêntico entre o consumidor e o produtor”.

Muitas empresas se associam à Economia Criativa patrocinando iniciativas culturais, porém, para que as experiências do cliente possam ser realmente transformadoras, é preciso incluir uma narrativa por meio de abordagens culturais, propiciando que emoções e autenticidade sejam estimuladas (Mermiri, 2009).

Para Pine e Gilmore (2009, apud Mermiri, 2009), autenticidade “apela aos sentidos e percepção e está intimamente relacionado com valores e significados, todos subjetivos por natureza”.

Voltando ao exemplo da projeção do grão do café, Pine e Gilmore reconhecem que é preciso passar por uma experiência autêntica para que ela seja reconhecida como transformadora. Pine e Gilmore reconhecem ainda que uma experiência “encenada” às vezes pode ser autodestrutiva, pois na prática, outros milhões de consumidores estão passando pela mesma experiência. (Mermiri, 2009). Por natureza, esta não é, portanto, uma experiência autêntica, mesmo com suas referências à autenticidade natural excepcional e referencial (Pine e Gilmore, 2009, apud Mermiri, 2009).

Existe, portanto, uma analogia entre uma obra de arte e uma oferta econômica que vai muito além do conceito de “patrocínio”, criando espaço para a noção de “parceria”. Quando uma marca procura criar experiências autênticas, especialmente através das artes, o processo de produção deve integrar plenamente a marca com seu respectivo parceiro cultural (Mermiri, 2009). Este é o momento em que o conceito de vivência se encontra com o conceito de cocriação.

Uma vez que o ajuste e a sinergia entre ambos os parceiros são estabelecidos, no qual os valores e objetivos estão alinhados, é preciso trabalhar juntos a fim de co-criar uma saída que irá refletir esses valores mútuos e que será autêntico. Neste contexto de solidificação de uma parceria, são importantes a compreensão e o respeito que cada parceiro quer alcançar através da colaboração, desde ter um início claro, garantindo que a oferta co-criada atenda às metas de negócio e seus respectivos objetivos, mas sem comprometer a integridade artística do projeto. (Mermiri, 2009)

Percebem-se, portanto, fortes indícios de uma relação entre o processo de criação de uma experiência autêntica, o que se acredita ser uma vivência, com a abordagem da cocriação, no contexto da colaboração.

É possível identificar esta aproximação em um trabalho de Kastenhols et al. (2014), que tem como objetivo apresentar uma proposta de cocriação de experiências turísticas sustentáveis para reinventar o turismo rural em Portugal. Segundo este estudo, para que as comunidades atinjam o sucesso econômico é necessário, além da compreensão dos elementos-chave da experiência desejada, uma capacidade de criar o contexto apropriado para a cocriação dessas experiências.

Segundo Kastenhols et al. (2014) “a existência de ligações em rede pode influenciar fortemente a forma e a intensidade dos impactos sentidos” na experiência construída, e esta cocriação deve

centrar-se, entre outras coisas, na experiência, nas suas diversas dimensões, e também “na articulação entre atores, de modo a conseguir a melhor gestão e divulgação possível das propostas de experiências aos mercados que mais as possam valorizar” (Kastenholz et al., 2012, apud Kastenholz et al., 2014).

Por fim, a autora referida destaca que “as redes têm condições de afetar aspetos da oferta e da procura turística”, um serviço dentro do contexto da Economia Criativa, podendo “favorecer a cocriação de experiências turísticas mais apelativas, variadas, melhor integradas, articuladas e assentes nos mais interessantes e diferenciadores recursos locais/regionais” (Kastenholz et al., 2014).

Busca-se neste trabalho, portanto, codificar o significado de vivência na sua origem, e com isso empreendê-lo dentro de um processo de design colaborativo, criando uma abordagem de construção para co-criar uma experiência autêntica e verdadeiramente transformadora. Acredita-se que é possível alcançar este objetivo respondendo à pergunta: **Como co-criar vivências?**

1.2. Escopo e premissas

Uma vez decidido encarar o problema de co-criar vivências de forma mais ampla, ou seja, não apenas na abordagem gastronômica, fez-se necessário definir as delimitações deste estudo. Com o objetivo de responder à pergunta de pesquisa, o autor julgou algumas premissas como verdadeiras para poder delimitar o tema proposto.

A primeira verdade assumida é que **vivência é diferente de experiência**, e que a definição de vivência é encontrada nas áreas da filosofia e psicologia, uma vez que em outras áreas como no próprio design, a palavra vivência tem igual ou muito semelhante significado da palavra experiência. Vivência tem tradução na palavra alemã *Erlebnis*, que significa “estar ainda presente na vida quando algo acontece” (Cramer, 1972, apud Viesenteiner, 2013). A diferença entre os termos, bem como a definição da palavra “vivência”, serão plenamente abordadas no capítulo de fundamentação teórica, mas em resumo, “experiência” estaria mais próximo ao sentido de aprendido, implicando uma ênfase no cognitivo acumulado, enquanto que vivência (*Erlebnis*), o vivido, ou seja, com ênfase no emocional momentâneo (Amatuzzi, 2007).

No contexto da pesquisa, a segunda premissa assumida é que **vivência é um serviço**, ou seja, “qualquer atividade ou benefício que uma parte possa oferecer a outra, que seja essencialmente intangível e não resulte na propriedade de qualquer coisa. Sua produção pode, ou não, estar vinculada a um produto físico” (Kotler & Bloom, 1988). Para este trabalho, como focaremos na abordagem de construção de uma vivência, logo, o campo do Design de Serviços é o território ideal por onde andaremos. Design de Serviço, ou Service Design, segundo Moritz (2005), é o design de toda experiência de um serviço, como também o projeto do processo e estratégia para a prestação do serviço. Compreende entender o cliente, a organização e o mercado, desenvolver ideias e traduzi-las em soluções flexíveis que serão implementadas considerando todo o ciclo de vida do serviço, oferecendo melhoria contínua (Moritz, 2005).

O terceiro recorte acontece no tipo de abordagem, a cocriação. A verdade assumida aqui é que **o desenvolvimento de uma vivência deve ocorrer com a interação entre pessoas, ou seja, com cocriação**. Tradução do termo inglês *cocreation*, cocriação apareceu pela primeira vez em 2000 com Prahalad e Ramaswamy, mas ficou amplamente conhecido com a nova aparição em 2004 dos mesmos autores (Franco, 2012). Cocriação, para efeitos práticos, será o desenvolvimento de novos conceitos, produtos ou serviços em conjunto com clientes, parceiros e expert *stakeholders*, ou seja, “é o processo pelo qual várias pessoas criam (ou desenvolvem) ideias conjuntamente” (Franco, 2012).

O quarto, e último, recorte acontece visando uma fase específica dentro do processo do *Service Design*: a criação. Segundo Moritz (2005) o processo de design de serviços se divide em 6 etapas: *Understanding, Thinking, Generating, Filtering, Explaining e Realising*, que foi traduzido por Rosa (2013) como compreender, pensar, criar, filtrar, materializar e aplicar, respectivamente. A verdade assumida desta vez é que, **a criação (*generating*) é a fase mais crítica no desenvolvimento de vivências**, e é por este motivo que este presente trabalho busca melhor compreender os processos envolvidos na etapa “criar” e, por isto, não busca relacionar e muito menos compreender a criação de vivências em outras etapas.

1.3. Objetivos

O objetivo geral do trabalho é construir um modelo teórico-prático de cocriação para vivências. Trata-se de um modelo descritivo, que segundo Engelhardt (2002), tem como propósito examinar fenômenos que ocorrem. (Engelhardt, 2002, apud Padovani, Puppi, & Schlemmer, 2013). Entende-se como modelo “uma representação simplificada de sistema que torna seus principais componentes explícitos e visualizáveis, podendo ser utilizado para gerar explicações e fazer previsões” (Harrison & Treagust, 2000, apud Padovani, Puppi, & Schlemmer, 2013). Dentre os objetivos do modelo que será criado neste trabalho, é válida também a definição de Oliveira & Almeida (2011), que define modelos como “instrumentos de comunicação em que a informação é apreendida e transferida através de uma estrutura de representação, para descrever a realidade de forma simplificada” (Oliveira & Almeida, 2011, apud Padovani et al., 2013).

Para alcançar o objetivo geral, alguns objetivos específicos foram estabelecidos:

- Transpor o conceito do termo “vivências” para o contexto do Design;
- Caracterizar os modelos teóricos de cocriação;
- Construir um modelo teórico-analítico de cocriação de vivências;
- Mapear o perfil e o ambiente da cocriação de vivências;
- Caracterizar os modelos práticos de cocriação de vivências;
- Avaliar o modelo teórico-prático com “criadores de vivência”;
- Avaliar o modelo em um estudo de caso no contexto gastronômico.

1.4. Justificativa e relevância ao Design

Este trabalho encontra relevância acadêmica buscando preencher uma lacuna existente, com uma melhor compreensão do termo “vivência” no contexto processual do Design. Em 2006, Gelter afirmava que o conceito de experiência total (vivência e experiência acumulada) não era claro e ainda vagamente definido. Esta afirmação de Gelter (2006) é lembrada por Lindström em 2009, mostrando que pouca coisa evoluiu.

Além disso, o trabalho busca contribuir com a construção de uma revisão bibliográfica acerca da cocriação de vivências, uma vez que para Amaral (2004) “os indivíduos, na singularidade de suas vivências, co-experimentam valores, objetivos, expressões, significados, crenças e, assim atuando, como que co-participam da criação ou construção desse todo a que pertencem e que lhes pertence também” (Amaral, 2004).

Tanto a melhor compreensão do tema, quanto a relação da cocriação para vivências, é uma importante contribuição para o Design, e tende a fomentar um horizonte de trabalhos futuros acerca deste tema transdisciplinar, podendo ser usada como fundamentação teórica para trabalhos futuros em diferentes áreas do design, como por exemplo, *Service Design* e *Experience Design*.

Existe também uma relevância econômica, visto que este modelo de vivências pode ser uma alternativa para a construção de um diferencial competitivo para as empresas, aumentando a relevância da marca através de uma experiência vivencial transformadora para o consumidor final.

Muito referenciada por autores de *marketing* e administração, a tabela da progressão do valor econômico de Pine e Gilmore (1999), mostra a evolução do preço, da relevância para o consumidor e também do aumento do diferencial competitivo desde uma commodities, produtos, serviços, experiências até as transformações. Deste modelo surge uma Economia de Transformação (*Transformation Economy*), a mais alta distinção econômica, guiado pelas transformações (Pine e Gilmore, 1999, apud Lindström, 2009).

Por fim, este trabalho também se justifica no âmbito social, uma vez que possibilita que uma experiência transformadora seja oferecida ao público, gerando serviços de maior impacto, de maior qualidade, com mais informação e de mais significância. Nesta nova economia da transformação, são ofertadas características de forma a eliciar, ou seja, promover o máximo de informação, para cada convidado, orientando cada indivíduo para uma transformação definida, engajando assim o cliente (Lindström, 2009).

1.5. Visão Geral do Método

1.5.1. Caracterização da Pesquisa

Segundo Prodanov (2013) o método científico é o conjunto de processos ou operações mentais que devemos empregar na investigação, ou seja, é a linha de raciocínio adotada durante todo o processo de pesquisa (Prodanov, 2013).

Para facilitar o acompanhamento, é apresentado um quadro resumo da classificação desta pesquisa, com as escolhas feitas em destaque.

Natureza	Objetivo	Abordagem	Procedimentos Técnicos	
Básica	Exploratório	Qualitativa	Pesquisa bibliográfica	Estudo de caso
Aplicada	Descritivo	Quantitativa	Pesquisa documental	Pesquisa ex-post-facto
	Explicativo		Pesquisa experimental	Pesquisa-ação
			Levantamento (survey)	Pesquisa participante
			Pesquisa de campo	

Figura 1.2 – Resumo da classificação de pesquisa. Fonte: Elaborado pelo autor a partir de Prodanov, 2013).

i. Quanto à Natureza

A pesquisa tem natureza aplicada, uma vez que objetiva gerar conhecimentos para aplicação prática dirigidos à solução de problemas específicos, envolvendo verdades e interesses locais (Prodanov, 2013). Esta aplicação prática será abordada dentro desta pesquisa na forma de um estudo de caso, onde a empresa Vivah Eventos Ltda. usará o modelo proposto para co-criar uma vivência.

ii. Quanto ao Objetivo

De acordo com Vergara (2009), uma investigação exploratória é realizada em área na qual há pouco conhecimento acumulado e sistematizado. A pesquisa se caracteriza como uma pesquisa de objetivo exploratório, uma vez que, segundo Prodanov (2013), tem como finalidade proporcionar mais informações sobre o assunto que busca se investigar, possibilitando sua definição e seu delineamento, e também descobrir um novo tipo de enfoque para o assunto (Prodanov, 2013).

iii. Quanto à Abordagem

Para esta pesquisa busca-se principalmente atribuição de significados, qualidade da abordagem qualitativa, uma vez que se considera que a interpretação dos fenômenos não pode ser traduzida em números (Prodanov, 2013).

iv. Quanto aos Procedimentos Técnicos

Quanto aos procedimentos técnicos, por se tratar de uma pesquisa exploratória, segundo Prodanov (2013), assume, em geral, as formas de pesquisas bibliográficas e estudo de caso, acompanhado de entrevistas com pessoas que tiveram experiências práticas com o problema pesquisado e análise de exemplos que estimulem a compreensão (Prodanov, 2013). Na medida em que este trabalho se constitui uma pesquisa exploratória o estudo de caso aplica-se, pois, as evidências disponíveis são contraditórias ou insuficientes para permitir a detecção de novos conceitos (Zaltam e Burger, 1975).

Para alcançar os objetivos práticos propostos por esta pesquisa, também será feita uma pesquisa de campo, que consiste na observação de fatos e fenômenos tal como ocorrem espontaneamente, coletando dados e registrando variáveis relevantes para analisá-los (Prodanov, 2013). Mesmo que este procedimento técnico não faça parte do escopo de um estudo exploratório, optou-se por usá-lo no intuito de comparar seus resultados com os resultados obtidos na pesquisa bibliográfica.

1.5.2. Organização da Pesquisa Metodológica

Este estudo encontra-se organizado em quatro fases, as quais são novamente divididas em etapas. Tanto as fases quanto as etapas são nomeadas buscando sintetizar o objetivo nelas encontradas.

Para facilitar a compreensão da amplitude do projeto de pesquisa como um todo, inicialmente é apresentado um quadro resumo da organização geral do presente trabalho apenas com as fases, ou seja, o primeiro nível de estruturação da pesquisa.

Posteriormente, introduzidas em seus respectivos capítulos, serão exibidos mais três quadros resumos, esquematizando as etapas, com um maior nível de detalhamento, facilitando a compreensão da sequência de cada etapa, apresentando as técnicas e procedimentos de coleta, e análise de dados.

A primeira fase, intitulada fase teórica-analítica, tem como objetivo propor um MODELO TEÓRICO através de uma pesquisa bibliográfica. Esta fase é dividida em três etapas: exploração, síntese e análise.

A segunda fase, prática-analítica, busca propor um MODELO PRÁTICO através de uma pesquisa de campo, e também é dividida em três etapas: seleção, exploração e análise.

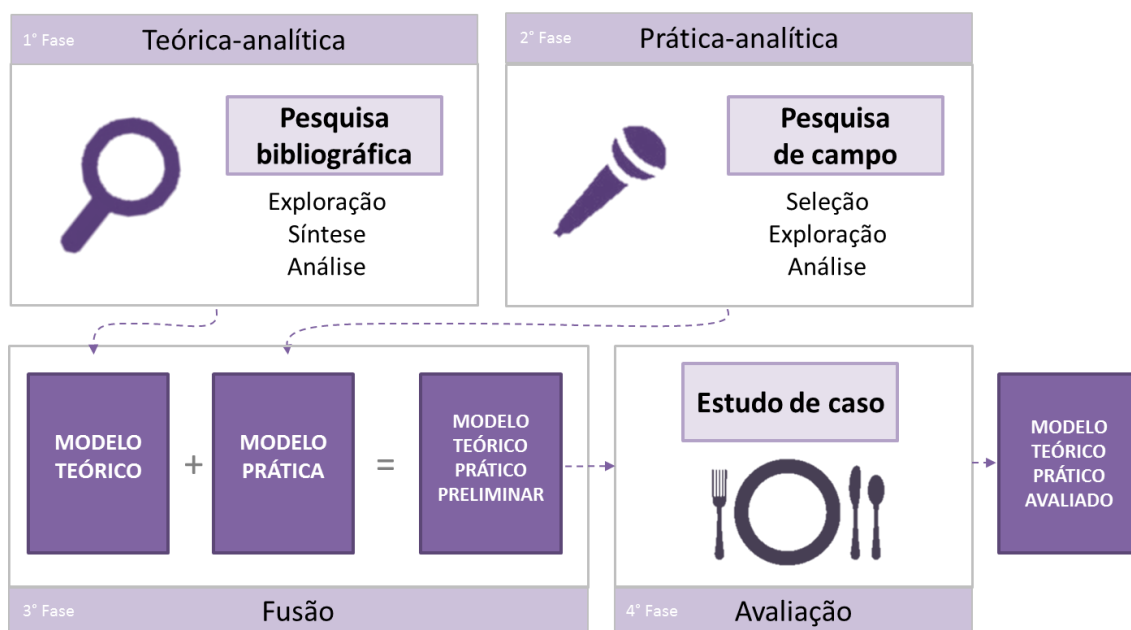


Figura 1.3 – Quadro resumo da organização da pesquisa. Fonte: Elaborado pelo autor.

A terceira fase funde os resultados da primeira (MODELO TEÓRICO) e da segunda fase (MODELO PRÁTICO), propondo um MODELO TEÓRICO PRÁTICO AINDA PRELIMINAR.

Por fim, na quarta fase, intitulada como avaliação, este modelo preliminar será usado em um estudo de caso no contexto de cocriação de vivências gastronômicas. Esta quarta fase fecha a pesquisa e busca entregar o resultado final do trabalho, o MODELO TEÓRICO PRÁTICO AVALIADO.

1.6. Estrutura da dissertação

A dissertação está organizada na mesma sequência do Método e foi dividida em sete capítulos, além da introdução, que serão agora brevemente apresentados.

A fundamentação teórica constitui a base para toda pesquisa e traz fundamentalmente um panorama teórico de “vivências” e de “cocriação”, que vai desde a conceitualização destes termos bem como seus similares, passando pelo contexto que os caracterizam e finalizando com as relações entre estes termos e o Design.

O método não possui capítulo próprio uma vez que se encontra como item introdutório à cada capítulo, apresentando a organização das etapas e ferramentas utilizadas como metodologia teórica para o desenvolvimento desta pesquisa.

O terceiro capítulo trata a modelagem teórico-analítica feita durante a pesquisa bibliográfica, trazendo à tona os atributos teóricos de vivência, baseada em seus aspectos caracterizadores, e de cocriação, originados nas tipologias encontradas durante esta pesquisa.

Assim como no capítulo anterior, a modelagem prática-analítica busca apresentar os atributos de vivências e cocriação, porém com origem na pesquisa de campo, através das entrevistas realizadas com os “co-criadores de vivência”.

A fusão dos modelos aparece no quinto capítulo, no qual funde os atributos teóricos, encontrados na modelagem teórico-analítica, com os práticos, encontrados na modelagem prática-analítica.

O capítulo seis busca avaliar o modelo proposto em um estudo de caso realizando uma dinâmica entre participantes com o objetivo de co-criar uma vivência.

A conclusão aparece no penúltimo capítulo e é mostrada segundo análise crítica quanto às premissas, aos objetivos propostos, aos resultados atingidos, aos desdobramentos e, também, quanto à dissertação propriamente dita.

Por fim, o referencial bibliográfico utilizado nesta dissertação é apresentado, primeiramente organizado como aparece neste texto, e também em ordem alfabética.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Neste capítulo, eu apresento um panorama teórico sobre “Vivências” e “Cocriação” com as visões de diferentes autores reconhecidos em suas respectivas áreas. Este panorama servirá como fundamentação teórica para todas as relações e conclusões presentes nesta dissertação.

2.1. Vivência

2.1.1. Conceituação do termo Vivência

A definição da palavra vivência não é simples. Na tentativa de deixar esta definição mais palpável, este trabalho apresentará o significado de vivência de três ângulos distintos, porém complementares. Primeiro apresentará um punhado de definições filosóficas do termo, seguido de uma análise da tradução deste termo em diferentes línguas. Por último, concluímos em mostrar as diferenças entre o termo “vivência” e “experiência”, dedicando um subcapítulo especialmente para destacar as diferenças entre os termos, que nos ajudará a definir o termo pelo seu contorno.

A palavra "vivência" tem origem na palavra alemã “*Erlebnis*”, substantivado derivado do verbo “*erleben*”, e foi introduzida e traduzida no vocabulário espanhol pelos colaboradores da Revista de Occidente (Morente & Bengoechea, 1970; Viesenteiner, 2013). Segundo Viesenteiner (2013) “*Erlebnis*” aparece no vocabulário alemão pela primeira vez a partir da primeira metade do século XIX, ganhando estatutos filosófico em meados deste século, e seu uso linguístico geral remonta à literatura de caráter biográfico que surge inicialmente com o texto de Dilthey sobre a vida de Schleiermacher (Viesenteiner, 2013).

Quando traduzido pelo dicionário online Michaelis, “*Erlebnis*” aparece como “vivência”, “acontecimento”, “experiência” e também como “emoção” (Dicionário Michaelis)

Segundo Morente & Bengoechea (1970) “vivência significa o que temos realmente em nosso ser psíquico, o que real e verdadeiramente estamos sentindo, tendo (na plenitude da palavra ‘ter’).”

“*Erlebnis*” significa “estar ainda presente na vida quando algo acontece” (Cramer, 1972, apud Viesenteiner, 2013).

Em seu dicionário filosófico online, Castro & Castro (2009) buscam definir o termo vivência baseado em diversos autores da filosofia. Segundo eles, tomando o termo vivência:

“em sentido lato, de acordo com a acepção que já adquiriu foros de cidadania na psicologia empírica, vivência é todo fato de consciência, na medida em que seu sujeito se apreende a si mesmo (de modo reflexo ou não reflexo) como encontrando-se numa determinada situação psíquica. Assim compreendida, a capacidade vivencial distingue os homens e os animais das plantas, as quais vivem sem ‘viver’ a sua vida. Em sentido estrito e relevante, é exclusiva do

homem. Pode caracterizar-se como atitude global valorativa da ‘alma toda’, na unidade, profusão e profundidade de suas disposições espirituais, ante a plenitude de sentido e de valor que, anteriormente a toda reflexão, refulge de modo concreto num ser objetivo. Muitas vezes esta vivência, este ‘viver por excelência’, contrapõe-se unilateralmente, como estado meramente emocional e passivo, à atitude intelectual e ativa. Contudo não há autêntica vivência sem pensamento. Distingue-se ela, decerto, da reflexão racional, discursiva e abstrata, porque no momento do ‘viver’ intenso o valor objetivo é apreendido de maneira concreta e desprovida de reflexão. Mas a vivência distingue-se também (pela relação com o valor) da mera fome de sensações, bem como (pela peculiaridade e força vital operativa da vivência séria) do sentimento lúcido, superficial ou apaixonado, do vago sentimentalismo e de um nebuloso estado de ânimo” (Castro & Castro, 2009).

Uma maneira de compreender o significado da palavra vivência é o exemplo dado por Bergson (Castro & Castro, 2009; Morente & Bengoechea, 1970):

“Uma pessoa pode estudar minuciosamente o mapa de Paris; estudá-lo muito bem; observar, um por um, os diferentes nomes das ruas; estudar suas direções; depois, pode estudar os monumentos que há em cada rua; pode estudar os planos desses monumentos; pode revistar as séries das fotografias do Museu do Louvre, uma por uma. Depois de ter estudado o mapa e os monumentos, pode este homem procurar para si uma visão das perspectivas de Paris mediante uma série de fotografias tomadas de múltiplos pontos. Pode chegar, dessa maneira, a ter uma ideia bastante clara, muito clara, claríssima, pormenorizadíssima, de Paris. Semelhante ideia poderá ir aperfeiçoando-se cada vez mais, à medida que os estudos deste homem forem cada vez mais minuciosos; mas sempre será uma simples ideia. Ao contrário, vinte minutos de passeio a pé por Paris são uma vivência” (Morente & Bengoechea, 1970).

Segundo Morente & Bengoechea (1970) existe “um abismo” entre vinte minutos de passeio a pé por uma rua de Paris, que é “colocar-se realmente em presença do objeto, isto é, vivê-lo, viver com ele; tê-lo própria e realmente na vida”, comparada com a mais vasta e minuciosa coleção de fotografias, que é “uma simples ideia, uma representação, um conceito, uma elaboração intelectual” (Morente & Bengoechea, 1970).

Para ajudar a conceituar o termo “vivência” em português é muito interessante fazer uma análise quanto às traduções deste termo em outras línguas. Esta análise se baseia no artigo de Amatuzzi (2007). Não encontramos tradução da palavra vivência em italiano, apenas as palavras “*esperienza*”, “*pratica*”, “*conoscenza*”, “*prova*” para traduzir “experiência” (com ênfase no cognitivo, correspondendo então a palavra alemã *Erfarung*); Quando se precisa dar a conotação de “vivência” em italiano usa-se expressões compostas.

Assim como na língua italiana, não existe o equivalente da palavra vivência em francês. Existe “*expérience*”, que tem sentido de conhecimento adquirido na prática e quando se quer usar a conotação da palavra “vivência” usa-se, assim como no italiano, o verbo “*vivre*” (viver) no particípio passado “*vécu*” (vivido), que pode ajudar na formação de expressões compostas.

E existe o verbo “*sentir*” (sentir) com os correspondentes “*sentir*” (sentido, particípio passado de sentir, mas que pode ser também substantivado) e “*sens*” (senso ou sentido). Todos esses termos também podem ser usados, no francês, em expressões compostas para expressar o que o substantivo alemão *Erlebnis* quer dizer.

Amatuzzi (2007) traz um exemplo de como estas expressões compostas são usadas para expressar o sentido da palavra “vivência”. A frase é de Merleau-Ponty, que traz uma abordagem na fenomenologia, que consiste em descrever o vivido como ato do sujeito, diferente do conteúdo elaborado de conhecimentos acumulados a partir da prática da vida: “*C’est quand les objets me donnent l’impression originaire du ‘sentir’, quand ils ont cette manière directe de m’attaquer, que je les dis existants*” (traduzido para o português: É quando os objetos me dão a impressão originária de “algo sentido”, quando eles têm essa maneira direta de me atacar, que eu os digo existentes) (Merleau-Ponty, 1972, apud Amatuzzi, 2007). Neste trecho o verbo “sentido” ajuda Merleau-Ponty a descrever o vivido como algo diferente da posse de conhecimentos acumulados a partir da prática.

No sumário final do livro de Merleau-Ponty, ele resume: “*Il faut distinguer la conscience comme lieu des significations et la conscience comme flux du vécu*” (É necessário distinguir a consciência como lugar de significações, da consciência como fluxo do vivido) (Merleau-Ponty, 1972, apud Amatuzzi, 2007).

Em espanhol, assim como em italiano e francês, temos “experiência” que significa aprendizagem pela prática, pelo viver, que corresponde a *Erfarung*. Porém também temos, graças à Ortega y Gasset (2002) que introduziu em espanhol o termo vivência para traduzir o alemão *Erlebnis*. Segundo o dicionário da *Real Academia Española* (1992) o termo “vivencia” significa o fato de viver ou experimentar algo, e seu conteúdo (portanto entendido dentro de uma perspectiva de intencionalidade).

Ferrater Mora, no verbete “Vivência” de seu Dicionário de Filosofia, transcreve a frase de Ortega em que ele introduz o termo em espanhol. Ortega y Gasset afirma que o verbo “viver”, em expressões como “viver a vida” ou “viver as coisas”, adquire um sentido especial: permanecendo depoente, ele admite um objeto e significa então “o gênero de relação imediata em que entra ou pode entrar o sujeito com certas objetividades”. Ortega se pergunta então como poderíamos denominar “a cada atualização desta relação”. E responde: “Não encontro outra palavra senão ‘vivência’. Tudo aquilo que chega com tal imediatez a meu eu que passa a fazer parte dele é uma vivência” (Ferrater Mora, 2004, apud Amatuzzi, 2007).

Já em inglês, temos “*experience*” para traduzir experiência, com uma dupla conceptualização (Lindström, 2009), tanto no sentido de ter experiência em alguma coisa, conhecimento adquirido com a prática (relacionando-se, portanto, com o alemão *Erfahrung*), como no sentido de ter uma terrível experiência (conotando o lado emocional, único, o impacto de um contato, relacionando-se com o *Erlebnis* alemão).

Porém, em inglês, existe a forma do gerúndio “*experiencing*”, que tem um uso bem mais amplo que nas línguas latinas em geral, podendo ser entendido como um substantivo ou um advérbio.

Segundo Amatuzzi (2007), talvez tenha sido Gendlin em 1962 que fez desse vocábulo um termo técnico para a psicologia. Segundo Gendlin (1962) existe uma diferença entre *experience* e *experiencing*, que foram traduzidos para o português como “experiência” e “experenciamento” respectivamente. Experenciamento, para Gendlin, é mais concreto do que experiência, que seria um construto ou um conceito. Portanto, experenciamento seria aquilo que é designado por esse conceito, ou seja, a própria vivência.

Além de “*experiencing*” que é quase um termo técnico, é possível ainda que o significado do termo vivência apareça em outras palavras, ou composições de palavras, como “*living*” (vivência) ou “*lived experience*” (experiência vivida). Para se aproximar da vivência enquanto evento detectável concreto, Gendlin (1962) usa também expressões como “*felt meaning*” (significado sentido) e “*felt sense*” (sentido sentido) (Amatuzzi, 2007).

Amatuzzi (2007) conclui dizendo que “o que pode ser claro em alemão, não parece nada claro nos idiomas latinos” e cita o reconhecimento da filósofa Ales Bello (2004, 2006) felicitando o termo “vivência” do idioma português. O autor ainda aconselha que, como o termo vivência pode ser expresso nas línguas latinas também pelo termo experiência, seria bom acrescentar algum adjetivo para evitar confusões dependendo do contexto.

Tabela 2.1 – Traduções dos termos “Experiência” e “Vivência”. Fonte: Elaborado pelo autor a partir de Amatuzzi, 2007; Lindström, 2009.

Português	Experiência	Vivência
Alemão	<i>Erfahrung</i>	<i>Elebnis</i>
Espanhol	<i>Experiencia</i>	<i>Vivencia</i>
Italiano	<i>Esperienza</i>	
Francês	<i>Expérience</i>	
Inglês	<i>Experience</i>	<i>Experiencing</i> (pouco usado)
Sueco	<i>Erfarenhet</i>	<i>Upplevelse</i>

Apenas para constar, o termo experiência se origina a partir da palavra latina *Experientia*, que significa “conhecimento adquirido pelos ensaios repetidos” e também está relacionada ao *experiri*, “para tentar, testar” (Gelter, 2006, apud Lindström, 2009).

2.1.2. Diferença entre Vivência e Experiência

Vivência é um termo complexo de definir, por ele mesmo. Buscou-se, portanto, compreendê-lo além de sua própria definição, explicando vivências através da comparação com seus contornos, com seu sombreamento. Neste sentido, contrastar o significado de vivência com experiência é muito útil para complementar o seu conceito.

Em alemão existem ao menos duas palavras para o termo “experiência”: *Erfahrung*, que tem mais a ver com experiência adquirida, aprendizagem pela prática, conhecimento adquirido na vida (e não nos livros); E *Erlebnis*, que tem uma conotação mais ligada à emoção sentida diante de um acontecimento concreto (Amatuzzi, 2007).

O substantivo *Erfahrung* deriva do verbo “*erfahren*” que significa aprender, vir a saber, descobrir, experimentar, que é uma derivação do verbo “*fahren*”, que significa viajar, ir, e por isso também dirigir um carro ou bicicleta, ou mesmo subir ou descer de elevador. Portanto, *Erfahrung* tem a ver com conhecimento adquirido na prática da vida ou na vivência de determinados acontecimentos. Quando em português dizemos que alguém é muito “viajado” (com a conotação de ser uma pessoa experiente), isso poderia ser dito em alemão com a palavra *Erfahrung* (Amatuzzi, 2007).

Autores como Kolb (1984) e Gelter (2006), das áreas de *Experience Learning* e *Experience Production*, confirmam as definições encontradas na filosofia, significando o termo *Erfahrung* como “habilidades, práticas, entendimentos, familiaridade, *know-how* e conhecimento acumulado na vida e sabedoria que compõem um ser humano e que podem ser comunicadas” (Kolb 1984 e Gelter 2006, apud Lindström, 2009).

Já o substantivo *Erlebnis* deriva do verbo “*erleben*” que significa vivenciar, passar por, presenciar que tem em sua raiz o substantivo “*Leben*”, que significa vida (Keller, 2002, apud Amatuzzi, 2007). Se traduzíssemos a frase “aquela foi uma experiência incrível” para o alemão, a palavra mais correta a ser usada seria *Erlebnis* e não *Erfahrung*. Por isso *Erlebnis* significa mais “vivência” do que aprendizagem; tem mais o sentido de experiência vivida do que de experiência adquirida; mais o sentido de presenciar do que de aprender (Amatuzzi, 2007).

No mesmo sentido, para Kolb (1984) e Gelter (2006), *Erlebnis* significa “um incidente, encontro, evento, acontecimento”, bem como *Erleben* significa “um sentimento, emoções, o que entra em contato com, o que enfrentamos, viver, sofrer, ser objeto de ou se deparar” (Gelter 2006, apud Lindström, 2009).

Segundo as notas de rodapé de Viesenteiner (2013), a diferença entre *Erlebnis* e *Erfahrung* pode ser observada com base na primeira elaboração do verbete *Erlebnis* em um dicionário da língua alemã, organizado por Wilhelm Traugott Krug em 1838. Está escrito no verbete: “*Erlebnis* significa tudo o que propriamente se vivenciou (sentiu, presenciou, pensou, quis, fez ou permitiu). Tais vivências, pois, são as condições da própria experiência, se através daí se entende extrair certos resultados” (Cramer, 1972, apud Viesenteiner, 2013).

Assim como Amatuzzi (2007), Viesenteiner (2013) distancia os termos descrevendo *Erfahrung* como um termo constituído por uma mediação especificamente lógica, enquanto que *Erlebnis* tem seu estatuto determinado pelo caráter imediato naquilo que ocorre, carregando, pois, seu cortejo de sentimentos. O autor cita novamente Cramer para mostrar que *Erlebnis* consiste nas condições para toda *Erfahrung*, e *Erfahrung* implica em constituição lógica através desse cortejo de *Erlebnisse*: “*Erlebnisse* não são as estruturas que constituem a própria *Erfahrung* como tal, mas apenas as condições. *Erfahrung* só é constituída através das mediações especificamente lógicas, e que na verdade se relacionam sem exceção com as *Erlebnisse*, mas ela não tem o caráter da imediatez que tem a *Erlebnis*. [...] *Erlebnisse* não são condições subjetivas da *Erfahrung*, mas representam verdadeiramente a realidade daquilo que se chama *Erfahrung*”.

Em suma, *Erfahrung* seria mais o aprendido, implicando uma ênfase no cognitivo acumulado, enquanto que *Erlebnis*, o vivido, ou seja, com ênfase no emocional momentâneo (Amatuzzi, 2007).

Viesenteiner (2013) encerra sua diferenciação de forma bastante pragmática. Para ele, *Erlebnis* tem significado estético-individual, ou seja, quando se trata de vivência, a expressão alemã ocorre quando se pergunta: "Como te agradou essa vivência?", e não "agora você mesmo vivenciou", enquanto *Erfahrung* tem um significado prático-moral, ou seja, só depois que se tem a *Erfahrung* mesma é possível extrair uma avaliação do que se experimentou: "Agora você experimentou por contra própria!".

Para Lindström (2009), em sua dissertação de mestrado na área de *Experience Production*, estes dois conceitos "estão intimamente interligados e interdependentes, correspondendo às duas maneiras como experimentamos o mundo pelos nossos dois hemisférios cerebrais, como no lado direito em uma compreensão fenomenológica (*Erlebnis*), e no lado esquerdo em uma percepção analítica (*Erfahrung*)" (Kolb 1984, Edwards 1979, Damasio 1994, Gelter 2006, Pink 2006, apud Lindström, 2009). Estas são as duas formas de interagir com o mundo, criando "o nosso mundo da vida e experiências vividas" (Gadamer 1976, Van Manen 1990, apud Lindström, 2009).

2.1.3. Aspectos caracterizadores de Vivência

Melhor compreendido o conceito de vivência, inclusive a diferenciando do termo experiência, o próximo passo é identificar os principais aspectos caracterizadores de vivência. Para isso, realizou-se uma ampla pesquisa bibliográfica, analisando as reinterpretações de oito filósofos, do período de 1970 até 2012, que basearam suas análises em quatro grandes filósofos reconhecidos em suas respectivas áreas.

As leituras foram concentradas em diversos autores tais como Amaral (2004) e Silva (2009), que citam aspectos relevantes da compreensão de Dilthey (1833 - 1911) sobre Vivência, Viesenteiner (2013), que traz à tona a tríplice semântica de Nietzsche (1844 - 1900), Castro & Castro (2009) e Morente & Bengoechea (1970), que trazem aspectos muito práticos revelados do exemplo de vivência dado por Bergson (1859 - 1941), Fernandes (2010), Larrosa (2002) e Seibt (2012) que trazem os aspectos contemporâneos de Heidegger (1889 - 1976).

Após leitura, percebeu-se uma grande quantidade de aspectos importantes na compreensão e na determinação do que é Vivência. Com isso, foi extraído os aspectos caracterizadores de cada texto, condensando então todos eles em palavras-chave, que por fim foram relacionadas entre si.

Os aspectos caracterizadores de vivências encontrados foram: Plenitude, Compreender Hermenêutico, Consciência, Reflexão, Estética, Sentimento, "*Pathos*", Relação imediata entre homem-mundo, Realidade, Individual, Significabilidade, Intencidade, Intencionalidade e Evento.

i. Plenitude e o Compreender Hermenêutico

Abordado por diversos autores, um aspecto fundamental da vivência é a sua plenitude. Dilthey nos mostra que a vivência é um “símbolo verdadeiro da experiência ‘plena e não mutilada’ da realidade igualmente ‘plena e total’” (Dilthey s.d., apud Amaral, 2004).

A vivência possui toda a plenitude de características que a compõem, e que consequentemente permitem explicá-la em sua plenitude, sem qualquer característica fora da vivência.

Segundo Amaral (2004), o conceito de vivência está dentro dela mesma, ligado à vivência sem reflexão, sem nenhuma outra origem e fundamento que não seja a própria vivência. Para o referido autor, “vivência é sua própria prova” (Amaral, 2004).

A base deste pensamento de plenitude da vivência está fundamentada pelo “compreender hermenêutico”. Amaral (2004) reitera que a “vivência tem uma estrutura hermenêutica”, uma afirmação de Hans Georg Gadamer, e que, em função disso, “ela se auto-interpreta”.

Segundo Seibt (2012) estamos diante do “ver teórico”, que é um ver que objetifica, e um “ver compreensivo”, ou pré-teórico, que é um ver que permite o acesso ao acontecimento-apropriação, ou ainda, “é um olhar que se mantém no interior da vivência que se realiza” (Von Herrmann, 2000, apud Seibt, 2012).

Então, neste raciocínio, o compreender hermenêutico é esse ver compreensivo, que não é reflexivo, e que é o que caracteriza esse modo de acesso como ‘hermenêutico’, que segue a vida compreensivamente e a interpreta em sua estrutura (Figal, 2007, apud Seibt, 2012).

Para Amaral (2004), “os pressupostos fundamentais do conhecimento estão dados na vida e o pensamento não pode conceber por trás deles” (Amaral, 2004).

Seibt (2012) conclui o significado do compreender hermenêutico. Para ele, o ver compreensivo, ou o pré-teórico, é “o solo de onde qualquer terceirização parte e, contudo, depois de constituída em teoria, perde contato com o solo e se move independente” (Seibt, 2012).

Explicado o compreender hermenêutico, o aspecto “plenitude” de uma vivência fica mais tangível.

Segundo Seibt (2012), “o compreender hermenêutico é aquilo que acompanha o acontecer que se realiza” e que nós só podemos compreender hermeneuticamente uma vivência se olharmos dentro dela, “permanecemos nela e na vitalidade da sua realização e não nos colocamos fora da sua realização vivencial” (Seibt, 2012).

E para conseguir acessar o pré-teórico, Seibt (2012) afirma que é preciso “um método não teórico” e não “um instrumento providenciado pelo teórico”. Fernandes (2010) complementa escrevendo que a “vivência pode abrir um acesso à profundidade, amplitude e originalidade da vida, via fenomenológica, passagem da consciência para a vida, através da vivência” (Fernandes, 2010).

ii. Consciência e Reflexão

Outro aspecto abordado por muitos autores (Amaral, 2004; Fernandes, 2010; Seibt, 2012; Viesenteiner, 2013) é a consciência e a reflexão.

Na verdade, depois de analisarmos o “compreender hermenêutico” o correto seria escrever a “falta de consciência” e a “não-reflexão”.

Isso fica mais claro quando analisamos os textos de Seibt (2012) onde “a vivência pré-teórica acompanha o fluxo daquilo que vai se realizando, que vai acontecendo, enquanto a teorização impõe uma parada de movimento”. Para o mesmo autor, a “reflexão para e estabiliza a vivência que se realiza continuamente” e, portanto, é “uma modificação de olhar que direciona do vivido na vivência para a vivência, que, dessa forma, a transforma em objeto de descrição temática, em coisa separada, sem mundo” (Seibt, 2012).

Reforçando o pensamento de que “esclarecimento através da fragmentação significa destruição” de Seibt (2012), Viesenteiner (2013) escreve que “quando conceituamos vivência ela deixa de existir”. Segundo Amaral (2004) e Viesenteiner (2013) a vivência é “completamente inconsciente e sem determinação racional” Viesenteiner (2013), ou em outras palavras, “independente da nossa consciência” Amaral (2004).

iii. Estética, Sentimento e “Pathos”

Até aqui, este raciocínio nos leva até o ponto em que a vivência precisa ser compreendida dentro dela mesma, sem raciocínio ou reflexão. Mas como?

Viesenteiner (2013) responde a esta pergunta baseando-se na tríplice semântica de Nietzsche.

Como vimos, a vivência não pode ser determinada racionalmente, conferindo “uma dimensão estética”, devendo “ser unicamente experimentado, ou melhor, ‘sentido na pele’, como evoca a expressão no português” (Viesenteiner, 2013).

Este aspecto é muito importante dentro da compreensão de vivência de Nietzsche, que é somado a outros dois para completar sua tríplice semântica. Com relação aos outros dois aspectos, falaremos mais adiante.

Alguns autores caracterizam vivência como sentimento ou “Pathos”, um contraconceito da razão que significa padecimento em oposição a ação, paixão, afeto, dor, sofrimento (Viesenteiner, 2013), ou ainda paixão (Larrosa, 2002)*.

*NOTA: Larrosa (2002) usa em seu texto o termo “experiência”, mas segundo o pesquisador, este termo está sendo usado no contexto de vivência.

Esta caracterização responderia à um “anseio poético por uma linguagem que referisse imediatamente aos sentimentos do homem, para além da fria abstração e da mera compreensibilidade entre homem e homem através de conceitos universais” onde “só uma linguagem que se baseia nas vivências e não na consciência estaria em condições de expressar a grandeza humana” (Dilthey, s.d., apud Viesenteiner, 2013) uma vez que vivência se refere “como uma sensação, ... ao âmbito global do sentimento” (Visser, s.d., apud Viesenteiner, 2013).

iv. Relação imediata entre homem-mundo, Realidade e Individual

Um segundo aspecto da trílice semântica de vivência de Nietzsche é que “vivência tem o caráter de ligação imediata com a vida”, e deste modo não é possível se vivenciar algo “através do legado de uma tradição e nem através de algo de que ‘se ouviu falar’” e por isso “o caráter de ‘immediatez’ da vivência com a vida” (Viesenteiner, 2013).

Amaral (2004) traz o relacionamento estabelecido entre experiência e realidade de Dilthey, tanto nas denominações da “filosofia da vida” quanto da “filosofia da realidade” ou da “filosofia da experiência”.

“Os fatos da consciência não resultam de meras operações intelectuais ou de representações que não podem nunca nos oferecer a realidade plena e total”, assim Amaral (2004) continua, “fatos da consciência não se reduzem a uma esfera de imagens desconectadas das relações concretas com o mundo exterior. E é dentro dessa linha de pensamento que a vivência é erigida à condição de categoria epistemológica fundamental em oposição ao conceito de representação” (Dilthey, s.d., apud Frithjof Rodi, 1987, apud Amaral, 2004).

Ou seja, para Dilthey, vivência contém em si as categorias teóricas do conhecimento, como formas da realidade objetiva, e todas estas categorias fazem parte das vivências por constituição (Amaral, 2004).

“O mundo, o mundo das coisas e o mundo das pessoas, o mundo do real e do ideal, enfim, o todo do ente só se nos faz acessível, só se nos dá, a partir de nossas vivências” (Fernandes, 2010). Assim podemos concluir que em uma vivência, além de impactar a realidade, o indivíduo também é impactado.

Fernandes (2010) evidencia que o vivenciar “não é um processo” em que “eu posso representar como um objeto”. “No vivenciar, eu aconteço e, por outro lado, acontece algo comigo” (Heidegger, 1987, apud Fernandes, 2010).

Viesenteiner (2013) complementa escrevendo que “vivência é individual”, ou melhor dizendo, “toda vivência é sempre ‘minha’ vivência exclusivamente individual, e isso significa ‘não apenas que eu sinto, mas também que eu incondicionalmente sinto’” (Visser, s.d., apud Viesenteiner, 2013).

v. Significabilidade e Intensidade

Por fim, o terceiro e último aspecto que caracteriza a tríplice semântica de Nietzsche que Viesenteiner (2013) traz é a significabilidade do vivido.

Não basta, portanto, vivenciar “como um querer vivenciar”, segundo Nietzsche “é preciso que cada vivência altere durante um longo período e de modo significativo a vida” (Viesenteiner, 2013).

Ainda segundo o autor, “o que é vivenciado deve ter uma intensidade de tal modo significativa, cujo resultado confere uma importância que transforma por completo o contexto geral da existência” ou seja, “vivenciar algo significa não apenas que esse alguém estará ligado à vida de forma imediata, mas também que a vivência deve ter uma tal significabilidade, a ponto de conferir importância decisiva ao caráter global da vida daquele que vivencia” (Viesenteiner, 2013).

Em um dos trechos de seu artigo, Viesenteiner (2013) traz que “a noção de significabilidade da vivência confere a ela o status de algo exclusivamente individual”, fazendo com que cada vivência seja “estritamente pessoal e sentida diferentemente por cada um”.

Isso nos remete a outro aspecto característico de vivência, a intencionalidade, que também é muito citado por diversos autores (Fernandes, 2010; Seibt, 2012; Viesenteiner, 2013).

vi. Intencionalidade e Evento

Segundo Fernandes (2010) “a primeira condição para compreendermos melhor a intencionalidade é não interpretarmos as vivências como ocorrências, ainda que como ocorrências psíquicas, é não objetivá-las, não representá-las, não fixá-las”.

Confirmando aspectos já mencionados, ele continua dizendo que “vivência não é algo de psíquico, uma ocorrência que se passa na esfera da minha consciência, como em uma cápsula, algo de que me aproprio só posteriormente e desde fora” e por isso também não seriam “processos psíquicos”. Ainda segundo Fernandes (2010), as vivências também “não são coisas”.

Entretanto, mesmo não sendo processo ou coisa, “as vivências acontecem”, e “nelas e com elas está se dando constantemente o acontecimento da vida, o acontecimento do mundo, o acontecimento do mundo da vida, do meu viver-no-mundo” (Fernandes, 2010).

“O vivenciar não é um processo que passa por mim e que eu posso representar como um objeto”, e neste sentido, “podemos compreender a vivência intencional como evento sendo o processo apenas uma pálida reminiscência do evento” (Fernandes, 2010).

Fernandes (2010) resume, baseado no pensamento de Heidegger (1987), onde no “vivenciar, eu aconteço e, por outro lado, acontece algo comigo”.

O aspecto da intencionalidade deve ser compreendido em duas abordagens diferentes. Uma que relaciona a intencionalidade do evento. E outra que relaciona uma vivência ao acaso, ou seja, não compete ao indivíduo participar de uma vivência de forma intencional.

Segundo Seibt (2012), se considerarmos que a reflexão é “uma modificação do olhar que direciona do vivido na vivência para a vivência, que, dessa forma, a transforma em objeto de descrição temática”, transformando a vivência, “que é sempre a vivência própria em intencionalidade”.

O autor insiste no tema com outras palavras. “No âmbito da teorização não se vive mais na vivência, mas ela se coloca lá, aí, diante, cria um intervalo dentro da própria vivência, que a divide em polos que se põem um diante do outro, como conhecedor e conhecido, como sujeito e objeto. Isso só é possível se a vivência é extraída do seu vivo fluxo de realização, o que significa que ela se orienta intencionalmente” (Seibt, 2012).

Descrição de Consciência: a percepção das próprias vivências, a saber, como totalidade estrutural intencional dos atos (Fernandes, 2010).

Por outro lado, Viesenteiner (2013) é direto quando afirma que “vivência é uma obra do acaso”. E neste mesmo sentido, Fernandes (2010) escreve que as vivências “acontecem” pois como não se trata de algo que se passa na esfera da consciência, não é possível sua participação intencional.

Fernandes (2010) raciocina de forma interessante em um exemplo. Segundo o autor, por mais cotidiana e modesta que seja a percepção natural de um objeto, por exemplo, “cada vivência é um evento onde cada vez acontece a vida, acontece o mundo, onde eu mesmo “aconteço” como ser-no-mundo-da-vida, então abre-se, para mim, um novo caminho para a compreensão daquilo, a que a descoberta da intencionalidade quer conduzir”. (Fernandes, 2010).

Segundo o mesmo autor, e reforçando o que já foi dito no aspecto individual da vivência, “‘Eu’ não é a fonte de vivência, é apenas uma passagem”. Então, “vivência não é nenhuma coisa, não é apenas nenhuma ocorrência, não é algo que começa e termina como um processo”. (Fernandes, 2010). Enfim, é um evento.

A palavra evento, na sua origem latina, significa acontecimento. Não somente os acontecimentos naturais e espontâneos, mas também os acontecimentos organizados com diversos objetivos, institucionais, comunitários ou promocionais podem ser definidos como eventos (Maus, 1974, apud Vargas & Lisboa, 2011). Vargas & Lisboa (2011) ainda inclui o que é eventual, ou seja, “ocasional, esporádico e até mesmo temporário, deixando distante a condição de rotineiro ou cotidiano”.

2.1.4. Modelos de uma Vivência

De igual importância da caracterização de vivência pelos seus aspectos, se faz necessário uma compreensão dos modelos de como uma vivência acontece e é definida, tornando os principais componentes de uma vivência explícitos e visualizáveis através de representações.

Serão apresentados três modelos onde o evento da vivência está inserido. O de Snel (2005), o de Gelter (2006), e o de Lindström (2009).

Lindström (2009) relaciona os dois conceitos, *Erlebnis* e *Erfahrung*, estando intimamente interligados e interdependente, correspondendo às duas maneiras como experimentamos o mundo através dos dois hemisférios cerebrais (lado direito em uma compreensão fenomenológica e lado esquerdo em uma percepção analítica).

Lindström (2009) traz a análise filosófica e pedagógica de Lash (2006) que traduziu os conceitos de *Erlebnis* para experiências ontológicas, ou seja, “a nossa interação com o mundo fenomenológico, um acontecimento cognitivo restrito no espaço e no tempo, resultando em uma estimulação física ou fisiológica do cérebro”, e *Erfahrung* para experiências epistemológicas, “que constitui nossas competências acumuladas, a familiaridade dos lugares, dos artefatos e dos métodos e constitui todo o nosso conhecimento empírico”. (Lash, 2006, apud Lindström, 2009)

Gelter (2006) relaciona esta maneira como experimentamos o mundo com processos de aprendizagem, conceituando vivência como um evento limitado de tempo, na cadeia de experiências de vida, e experiência (*Erfahrung*) sendo o conhecimento acumulado de experiências da vida (Gelter, 2006, apud Lindström, 2009).

Para apresentar os modelos de vivência, autores como Snel (2005), Gelter (2006) e Boswijk (2007) utilizam o termo em inglês *Experience*, se referindo ao processo total de experiência, juntamente com os termos *Erlebnis*, se referindo ao termo vivência, e *Erfahrung*, se referindo ao termo experiência adquirida.

A partir de agora, para diferenciar experiência (que sabemos que em inglês tem dupla conotação, e é traduzido pelos autores por *Experience*) e experiência adquirida (traduzido pelos autores por *Erfahrung*), e também para facilitar o acompanhamento, este trabalho acrescentará o termo original usado pelos autores em parênteses depois da palavra experiência.

Gelter compara as experiências (*Experience*) dos participantes de um processo de experiência (*Experience*) com a experiência (*Experience*) de aprendizagem do estudante, na qual, assim como os alunos que assistem a aula com uma pré-compreensão do tema da aula e deixam esta experiência (*Experience*) de aprendizagem com novos conhecimentos, o participante de um processo de experiência (*Experience*) se envolve com a experiência (*Experience*) do produto comprado já em uma pré-experiência (ou uma pré-*Erfahrung*, que consiste em experiência acumulada, ou *Erfahrung*, antecipações, sentimentos e emoções), passando por uma vivência (*Erlebnis*) ao consumir esta experiência do produto, e deixando este processo de experiência (*Experience*) com as novas experiências acumuladas (*Erfahrung*), memórias e sentimentos (Gelter, 2006, apud Lindström, 2009).

Segundo este modelo de Gelter, “experiência (*Experience*) é um processo no tempo”, no qual os sinais, marcadores ou rituais indicam quando o processo de experiência (*Experience*) começa ou termina. Ainda segundo o modelo de Gelter, a vivência (*Erlebnis*), também depende das pré-experiências (pré-*Erfahrung*), preparando o convidado para a vivência, e das pós-experiências, determinando a contribuição da vivência para a nova experiência de vida adquirida (um novo *Erfahrung*). (Lindström, 2009)

Semelhantes a este, Lindström (2009) escreve que vários outros modelos têm sido propostos e que estes foram resumidos por Getz 2007, Berridge 2007, Sundbo & Darmer 2008.

Outros dois modelos, Snel (2005) e Boswijk (2007), que relacionam as vivências (*Erlebnis*) e experiências (*Erfahrung*) dentro de um contexto de projetos de experiências (Experience) são apresentados na dissertação de Lindström (2009) antes que ela apresente seu próprio modelo.

Snel (2005) define vivência (*Erlebnis*) como “um evento isolado e imediato”, enquanto que uma experiência (*Erfahrung*) é um “... processo contínuo de fazer e experimentar, dar e receber, causas e consequências, ação e reflexão etc.” (Snel, 2005, apud Lindström, 2009).

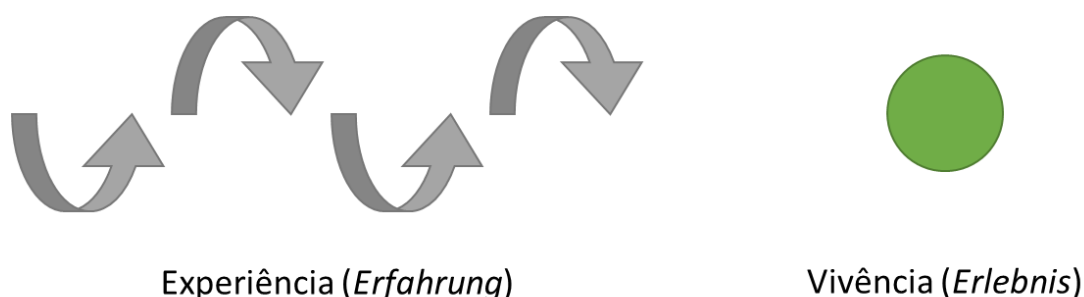


Figura 2.1 – Diferença entre a Experiência e Vivência. Fonte: Snel, 2005, apud Lindström, 2009 (traduzido e redesenhado pelo autor).

Snel (2005), além de apontar definições diferentes para cada termo, ainda aponta uma segunda diferença, baseada nos significados de cada termo dentro do processo total da experiência (Experience). “Uma vivência (*Erlebnis*) só tem significado dentro do contexto em que ocorre, enquanto que uma experiência (*Erfahrung*) tem significado para além dos limites do seu contexto original”, ou seja, uma vivência “só tem sentido quando ocorre a experiência (*Erfahrung*)”, enquanto que a experiência (*Erfahrung*) “pode ter um significado para a vida”. (Snel, 2005, apud Lindström, 2009)

A consequência deste raciocínio está demonstrada na figura abaixo, na qual a experiência (*Erfahrung*) “está participando de um ‘significado do evento’ (XP), que contribui para o ‘horizonte de vida e visão de mundo’ e, portanto, o significado transcende o contexto original”. Já “no caso de uma vivência “*Erlebnis*”, Snel atribui seu significado de ‘estar vivo quando acontece alguma coisa’” (Snel, 2005, apud Lindström, 2009).

Seguindo o modelo de Snel (2005), o significado da vivência (*Erlebnis*) “é menos complexo e isolado, com apenas um significado no contexto específico onde ocorre e, portanto, afeta o indivíduo em uma perspectiva mais próxima”. E, segundo Snel, torna a vivência (*Erlebnis*) um fenômeno “mais fácil de analisar” e “mais fácil de copiar” em comparação com a experiência (*Erfahrung*), que é “mais complexa, que é pessoal e, por conseguinte, difícil de se multiplicar” (Snel, 2005, apud Lindström, 2009).

Para Snel (2005), uma experiência (*Erfahrung*) é “muito mais difícil de analisar”, uma vez que ela é “muito mais forte que pode causar que o indivíduo altere perspectiva, tanto do mundo externo, bem como o mundo interno”, e ainda, “os efeitos mais profundos da experiência (*Erfahrung*) também implica que é mais difícil de projetar” do que as vivências (Snel, 2005, apud Lindström, 2009).

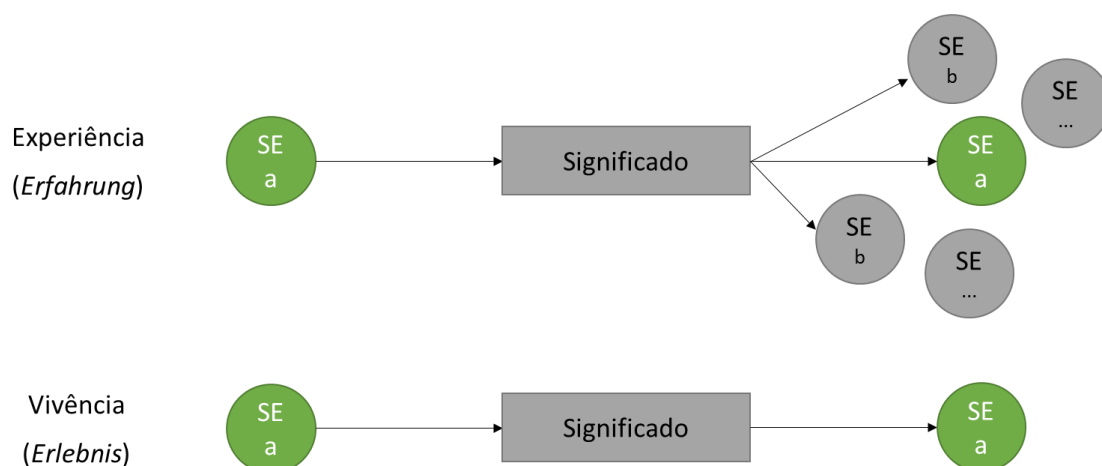


Figura 2.2 – Significado do Evento (SE) de uma Experiência Total (Experience). Fonte: Snel, 2005, apud Lindström, 2009 (traduzido e redesenhado pelo autor).

Snel (2005) ainda afirma que "enquanto o valor e o significado da experiência (*Erfahrung*) são potencialmente muito maiores do que os tipos de vivência (*Erlebnis*), em teoria, bem como, na prática, mais atenção ainda é dada a este último" e afirma que "a sociedade, ... desenvolveu de certa forma fazendo com que a preferência por vivências (*Erlebnis*) em vez de experiências (*Erfahrung*)" (Snel, 2005, apud Lindström, 2009).

Para Snel (2005) "a Economia da Experiência está principalmente preocupada e focada na vivência (*Erlebnis*), ignorando a experiência (*Erfahrung*)" (Snel, 2005, apud Lindström, 2009).

Para Lindström (2009), o modelo de Snel (2005) não consegue explicar a relação entre a vivência (*Erlebnis*) e a experiência (*Erfahrung*) dentro da experiência total (Experience), "deixando a impressão de que eles são dois conceitos paralelos de expressar experiências" (Lindström, 2009).

A partir do modelo de Snel (2005), Boswijk et al. (2007) toma uma perspectiva cognitiva ao analisar as experiências significativas, introduzindo uma percepção sensorial e emocional no processo de formação significado (Lindström, 2009).

Segundo o modelo de Boswijk et al. (2007), a partir deste processamento sensorial, uma vivência (*Erlebnis*) é criada "como uma emoção complexa". Boswijk et al. (2007) define uma vivência (*Erlebnis*) como "uma ocorrência imediata, relativamente isolado com um complexo de emoções que fazem uma impressão e representa um determinado valor para o indivíduo dentro do contexto de uma situação específica." (Boswijk et al., 2007, apud Lindström, 2009).

Mesmo partindo do modelo de Snel (2005), sendo considerado por Lindström (2009) inclusive como uma extensão da definição de Snel incorporando emoções, Boswijk et al (2007) contrapõe o modelo de Snel colocando a ênfase de significado da experiência (*Erfahrung*) definindo-a como "uma experiência significativa" que "tem a ver com a soma de todas as interações que as pessoas têm com o meio ambiente e com os outros". Ainda segundo Boswijk et al (2007), as vivências

(*Erlebnis*) são “um subconjunto de uma experiência (*Erfahrung*)” ou ainda “um produto de um contexto particular e um determinado momento” (Boswijk et al., 2007, apud Lindström, 2009).

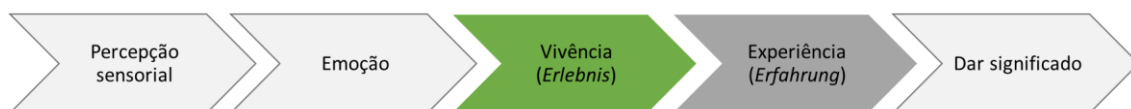


Figura 2.3 – Processo de Experiência Total (Experience). Fonte: Boswijk, 2007, apud Lindström, 2009 (traduzido e redesenhado pelo autor).

Boswijk et al (2007) interliga os conceitos de vivência (*Erlebnis*) e experiência (*Erfahrung*), onde uma vivência sempre antevê uma experiência (*Erfahrung*) dentro de uma experiência (*experience*) significativa. Deste modo, os eventos de vivência (*Erlebnis*) contribuem para “criar uma experiência significativa (*Erfahrung*) e significado”, por meio de um processo de aprendizagem reflexiva” (Lindström, 2009).

O modelo proposto por Lindström (2009) contrasta com Snel (2005), “que vê a vivência (*Erlebnis*) e a experiência (*Erfahrung*) como duas maneiras diferentes de viver independentes”, ou Boswijk et al. (2007), “que vêem a vivência (*Erlebnis*) como a primeira etapa anterior a experiência (*Erfahrung*) na criação de significado e experiências significativas” (Lindström, 2009). Lindström (2009) considera a vivência (*Erlebnis*) e a experiência (*Erfahrung*) como processos interativos e iterativos, que são completamente interdependentes.

Segundo o modelo de Lindström (2009), assim como um estudante em uma aula, cada vivência (*Erlebnis*) acontece com uma experiência de vida anterior (pré-experiência ou *Erfahrung* 1.0), originando uma nova maneira de se relacionar com o mundo, gerando então uma experiência de vida estendida (pós-experiência ou *Erfahrung* 2.0). Desta forma, não podemos ganhar experiências de vida (*Erfahrung*) sem algum tipo de vivência (*Erlebnis*), que segundo Lindström (2009) pode ocorrer em “graus diferentes” e pode ser “um evento no mundo real ou alguma experiência interna imaterial através do pensamento, sonhos e emoções” (Lindström, 2009).

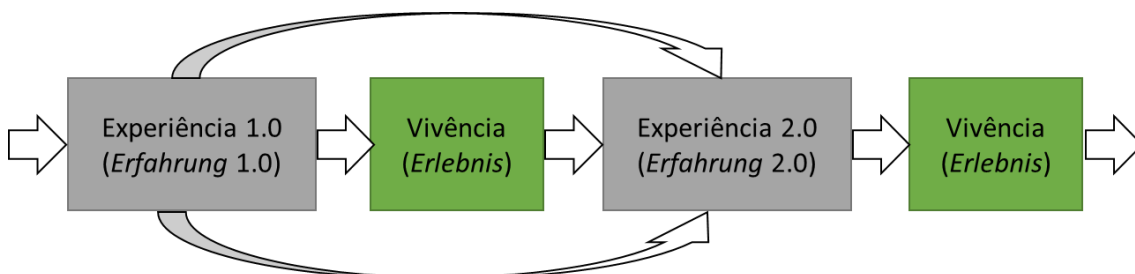


Figura 2.4 – Conceptualização de Experiência e Vivência. Fonte: Lindström, 2009 (traduzido e redesenhado pelo autor).

Neste modelo, a reflexão é ponto central na transformação de uma experiência total (*experience*), podendo ser comparada e integrada com o modelo de Aprendizagem Vivencial de Kolb (1984). As experiências concretas, ou eventos de vivência (*Erlebnis*), são processadas através de um processo de observação e reflexão, para serem incorporadas como formas abstratas de conceitos e generalizações, ou experiências (*Erfahrung*), que quando testadas em novas situações, serão úteis para novas experiências concretas ou eventos de vivência (*Erlebnis*), e assim por diante (Lindström, 2009).

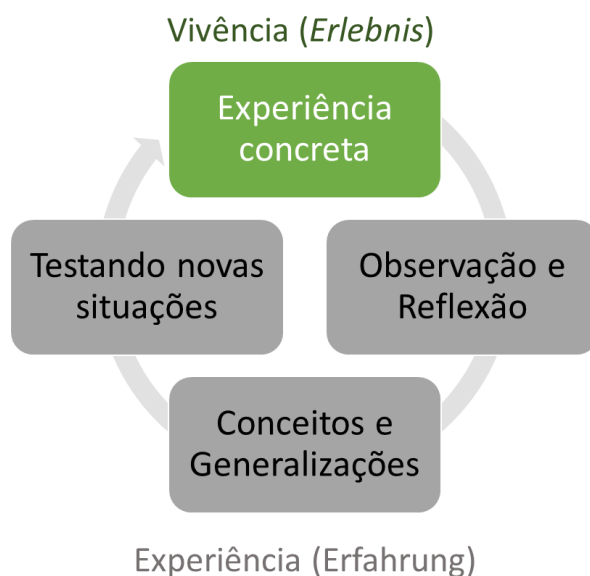


Figura 2.5 – Integração da Conceptualização de Experiência e Vivência com o Modelo Experiential de Aprendizagem (Experiential Learning Model) de Kolb, 1984. Fonte: Lindström, 2009 (traduzido e redesenhado pelo autor).

2.1.5. Design para Vivência

Conhecido os principais aspectos caracterizadores de uma vivência, e como ela está inserida dentro de modelos de experiência total, uma base de conhecimento começa a se sedimentar, gerando uma pergunta inevitável: **Vivência é passível de ser projetada?**

Quando se busca algum artigo que relacione os termos “design” com “vivência”, em uma breve revisão bibliográfica dentro da base de dados do Google Acadêmico, nenhum artigo é encontrado. Nem mesmo na sua tradução em espanhol, vivencia.

Quando o termo “vivência” é traduzido em outras línguas que possuam palavras próprias, como em alemão (*Erlebnis*) ou em inglês (*experiencing*), e acompanhado do termo “design”, um número muito pequeno de artigos são encontrados.

Dentre os artigos encontrados, os que contêm o termo em inglês (*experiencing*), a diferenciação dos conceitos de vivência e experiência, não é tão evidente (como Sanders, 2002; Sanders & Dandavate, 1999; Sanders & Westerlund, 2011). Porém em alguns textos encontrados, os

autores fazem a distinção dos termos experiência e vivência utilizando suas respectivas traduções em Alemão, *Erfahrung* e *Erlebnis* (como Lindström, 2009).

Isso nos leva a crer que a relação entre Design e Vivência ainda é pouco conhecida e não universal, carecendo de mais estudos relacionando os dois termos e também interação entre os autores que estão timidamente iniciando esta relação.

Frente a isso, foi preciso recorrer aos autores da área de filosofia para encontrar relações entre “vivências” e elementos de design. Duas relações foram estabelecidas, uma com os processos visceral, comportamental e reflexivo, dentro do design emocional de Norman (2008), e outro com a abordagem da cocriação.

Segundo Amaral (2004) a vivência é sua própria prova e isto não atinge somente os processos intelectuais, como também os processos afetivos e os processos volitivos, no qual todos eles atuando aí, constitutivamente, em unidade de conjunto.

O autor explica que os processos intelectuais são responsáveis da concepção do objeto, enquanto os processos afetivos estão envolvidos na atribuição de valor, e os processos volitivos estão relacionados com o estabelecimento de fins (Amaral, 2004).

Ainda no campo da filosofia, segundo Morente & Bengoechea (1970), “quando na atitude da intuição o filósofo põe principalmente em jogo suas faculdades intelectuais, então temos a intuição intelectual” que “é um esforço para captar diretamente, mediante um ato direto do espírito, a essência, ou seja, aquilo que o objeto é”. Os autores concluem, assim como pensa Amaral (2004), que este tipo de intuição nos permite “a essência ou a consistência do objeto”.

Mas existe ainda outra atitude intuitiva: a intuição emotiva, em que atuam, predominantemente, motivos de caráter emocional. Morente & Bengoechea (1970) afirma que este tipo de intuição também tem seu correlato no objeto, porém “já não é a essência do objeto, já não é aquilo que o objeto é, mas o valor do objeto, aquilo que o objeto vale”. Ele exemplifica esta intuição dizendo que ela avalia “se o objeto é bom ou mau, agradável ou desagradável, belo ou feio, magnífico ou mísero”, no qual todos estes valores são captados pela intuição emotiva.

Ainda existe uma terceira intuição, segundo Morente & Bengoechea (1970), “em que os motivos que se entrecrocaram são derivados da vontade, derivados do querer, tem também seu correlato no objeto” ou em outras palavras, “não se refere nem à essência, como a intuição intelectual, nem ao valor, como a intuição emotiva. Refere-se à existência, à realidade existencial do objeto”.

Por fim, o autor resume o método intuitivo através dos três pensamentos distintos: na intuição intelectual o pensador filosófico tende “a desentranhar aquilo que o objeto é”, na intuição emotiva tende “a desentranhar aquilo que o objeto vale, o valor do objeto” e por meio da intuição volitiva “desentranha, não aquilo que é, senão que é, que existe, que está aí, que é algo distinto de mim” (Morente & Bengoechea, 1970).

Essas intuições (volitiva, emotiva e intelectual) vêm ao encontro com os conceitos de emoção e cognição de Norman (2006), onde ele caracteriza emoção como responsável por atribuir valor, e a cognição, por atribuir significado. Para Norman (2006), a decisão por emoção, ou afeto, é

dada sem interpretação à consciência, e a decisão por cognição, é data através da interpretação, compreensão e raciocínio.

Outra relação interessante, encontrada nos textos que definem vivência, é a cocriação e vivência. Entre seus pensamentos, Amaral (2004) analisa um fator importante dentro das vivências. Para o autor “vivência parece ser o verdadeiro ponto médio entre o geral e o individual, o universal e o singular, o ideal e o real, uma vez que, por constituição, carrega em si uma consciência eficaz e por isso consoladora e protetora de sua origem extra-individual, isto é, na “esfera das coisas comuns” a que pertence e que em certo sentido também lhe pertence. Se esse fundo comum também lhe pertence é porque os indivíduos, na singularidade de suas vivências, co-experimentam valores, objetivos, expressões, significados, crenças e, assim atuando, como que co-participam da criação ou construção desse todo a que pertencem e que lhes pertence também” (Amaral, 2004).

Além desta constatação de Amaral (2004), a relação entre a vivência e a abordagem colaborativa na criação desta vivência não está evidenciada de maneira generalizada na literatura sobre vivência. Pretende-se, portanto, no próximo subcapítulo trazer à tona a conceitualização do termo cocriação, bem como suas diferentes abordagens e contextualizações, a fim de fundamentar esta relação.

2.2. Cocriação

2.2.1. Conceituação do termo Cocriação

Em um recente artigo publicado em 2014, De Moraes e Bonomi constataam que o tema cocriação de valor tem ocupado espaço nas discussões acadêmicas de diferentes áreas de estudo (Ramirez, 1999; Prahalad & Ramaswamy, 2004a; Vargo & Lusch, 2004; Etgar, 2008; Ertimur & Venkatesh, 2010; Grönroos & Ravald, 2011; Grönroos, 2011; Frow, Payne & Storbacka, 2011; Grönroos & Voima, 2013) e nas práticas empresariais desde a década passada. (Moraes & Bonomi, 2014)

A primeira aparição do termo cocriação é atribuída à C.K. Prahalad e Venkat Ramaswamy, dentro da literatura de marketing e gestão, com o artigo “*Co-opting customer competence*” em 2000, que serviria de base para posterior publicação em um livro, chamado “*The Future of Competition: Co-Creating Unique Value with Customers*”, lançado em 2004. (Prado, 2010)

Este conceito surge permeando dois contextos do início do século XXI: a alta concorrência, que levou as instituições a voltarem o foco para sua relação com os indivíduos (Prahalad & Ramaswamy, 2004, apud Krucken, 2014) e em meio aos avanços da tecnologia da informação e da comunicação, principalmente com a Internet, que alterou definitivamente a relação existente entre indivíduos e instituições (Krucken, 2014).

Não existe um conceito definitivo do termo cocriação, que possui definições complementares umas com as outras. Porém é importante clarificar que o termo “cocriação”, ou “co-criação”, de igual significado, é muitas vezes escrito com o significado de “cocriação de valor”, e vice e versa.

Na cocriação de valor, tal como apareceu pela primeira vez, “os processos de clientes e fornecedores se fundem em um processo interativo coordenado em que os dois atores estão ativos” (Grönroos & Ravald, 2011; Grönroos & Voima, 2013, apud De Moraes; Bonomi, 2014). De Moraes e Bonomi complementam o significado de cocriação de valor como “uma situação” ou seja, um contexto “em que o fornecedor consegue influenciar diretamente o processo de criação de valor dos clientes através do diálogo e da interação direta com clientes” (De Moraes; Bonomi, 2014).

Já o termo cocriação (não a cocriação de valor) refere-se à participação ativa do cliente em atividades da cadeia de valor, cobrindo inclusive o envolvimento do cliente no processo produtivo, bem como o envolvimento do mesmo em outras atividades relevantes para o fornecedor, tais como design, desenvolvimento de novos produtos e serviço, e manutenção. (De Moraes; Bonomi, 2014). De Moraes e Bononi (2014) ainda escreve que “tal terminologia é confusa, por se parecer muito com o conceito de cocriação de valor e deveria ser evitada”.

Acredito que a grande diferença entre os termos está definida em seu uso, na qual cocriação é um processo que baseia seus objetivos dentro de um contexto, que pode ser a da cocriação de valor quando baseada na relação cliente-fornecedor. Veremos a pouco que existe outro contexto (colaboração) em que o termo cocriação também pode ser baseado.

Existem duas definições de processo que embasam tal conclusão. Segundo Zairi (1997), processo é a “maneira como todos os recursos de um grupo são usados de forma confiável, replicável e consistente para atingir suas metas” (Zairi, 1997). Papinniemi (1999) complementa a definição de processo como uma “ordenação específica de atividades ao longo do tempo e espaço, com começo, meio e fim, entradas e saídas claramente identificadas” (Papinniemi, 1999).

Toda vez que o termo “cocriação” aparecer neste presente trabalho, ele não está se referindo a “cocriação de valor”, e, em casos contrários será especificado.

Segundo Prahalad & Ramaswamy (2004) “O significado do valor e do processo de criação de valor estão mudando rapidamente de uma visão centrada no produto e na empresa para experiências personalizadas de consumo. Informado, em rede e com poderes os consumidores estão cada vez mais ativos na cocriação de valor com a empresa”. (Prahalad & Ramaswamy, 2004, apud Sanders & Stappers, 2008)

Vargo e Lusch (2008), também assumem que os consumidores passaram a ter um papel decisivo na cocriação de valor, considerado-os sempre “como um co-criador”. (Vargo e Lush, 2008, apud Costa, 2013).

De Moraes e Bonomi (2014) observam que a quantidade de trabalhos científicos, sobre cocriação, de valor após a publicação dos estudos de Prahalad e Ramaswamy (2000) e Vargo e Lusch (2004) cresceram.

Trazendo à tona a ligação entre cocriação de valor, produção e consumo, Kristensson, Matthing e Johansson (2008) representam a cocriação de valor como “uma ruptura no modo tradicional da customização de pensar geração de valor. Na customização, o valor é gerado durante a produção, enquanto que na cocriação (de valor) o valor é gerado durante a produção e também durante o consumo”. (Kristensson, Matthing e Johansson, 2008, apud Costa, 2013)

Fica evidente que em todas as definições de cocriação de valor existe uma forte relação entre cliente e fornecedor, criando um contexto onde o valor é melhor percebido pelo cliente.

Krucken (2014) traz a definição de Sanders e Stappers (2008), na qual cocriação é “um processo de criação conjunta e traz a ideia de criatividade coletiva – ou seja, de um processo de troca entre pessoas, que pode gerar diversos tipos de resultados” (Sanders & Stappers, 2008, apud Krucken, 2014).

Franco (2012) reforça que a cocriação é um processo afirmando que “toda criação é um processo de cocriação”. Para ele, a cocriação é “um processo composto por tentativas recorrentes de estabelecer e restabelecer congruências múltiplas e recíprocas entre ideias que mutuam quando interagem, nem sempre se aproximando ou se fundindo, mas frequentemente se distanciando e que podem ser novamente modificadas na interação para se combinar e reagir ‘quimicamente’ umas com as outras em novas combinações gerando novas ‘substâncias’”. Franco conclui que “na verdade quem interage são as pessoas e dizer que as ideias interagem e mutuam é um modo de dizer que as ideias apresentadas por uma pessoa são modificadas e reinventadas por essa pessoa quando ela interage com outras pessoas”. (Franco, 2012)

Krucken (2014) resume a definição de cocriação como “um ato de criatividade coletiva experimentado e realizado em conjunto por um grupo de pessoas e se trata de uma plataforma que coloca todos os participantes em um mesmo nível de hierarquia e grau de envolvimento com o projeto a ser desenvolvido. (Krucken, 2014). Vale ressaltar que a referida autora usa o termo “ato” e não “processo” denotando ainda um sentido pontual do termo. Ou seja, um processo que acontece em um ato, em um momento definido.

2.2.2. Diferença entre Cocriação, Colaboração, Co-produção e Co-design

Apesar de encontrar diversas definições sobre cocriação, há pouca compreensão contextual da experiência co-criadora de valor (Poulsson & Kale, 2004, apud De Moraes; Bonomi, 2014), e apesar de estarem em intenso debate sobre a temática no meio acadêmico, ainda estão longe de estabelecer um conceito teórico (Leroy, Cova & Salle, 2012). Isto pode explicar porque muitas vezes o termo cocriação é confundido com outros termos como colaboração, co-produção e co-design.

Segundo Krucken (2014), “processos participativos” são descritos na literatura acadêmica com nomenclaturas diversas e sob a perspectiva de várias áreas de conhecimento. Ainda segundo a autora, de forma ampla, pode-se perceber que as abordagens participativas iniciaram a ser destacadas no âmbito da pesquisa acadêmica especialmente a partir da década de 1970 na Escandinávia, Inglaterra, Holanda e Alemanha. Suas origens estão relacionadas à resolução de conflitos (Lewin, 1946), ações e desenvolvimento da sociedade (Reason, 2002) e colaboração no trabalho (Gustavsén, 1992), conforme destaca Nielsen (2008).

Heemann, Lima e Corrêa (2008), recorreram a uma pesquisa bibliográfica, reunindo alguns autores que serão citados abaixo, para definir colaboração e observaram variações importantes no significado deste termo.

Mehlecke e Tarouco (2003) relatam que, já em 1867, o termo "trabalho colaborativo" foi definido por Karl Marx como sendo o trabalho em conjunto e de maneira planejada de múltiplos indivíduos conectados no mesmo processo ou em processos distintos de produção. Ainda segundo estes autores, as interpretações das definições do termo colaboração sofrem influências segundo seu contexto, como cultura, idioma, múltiplas disciplinas relacionadas ou áreas do conhecimento, ou até mesmo se for relacionado a um ato, a um processo ou a um efeito. Por isso, surgiram definições capazes de divergir, em alguns aspectos, da definição sugerida por Marx (Heemann et al., 2008)

De um modo geral, Heemann et al. (2008) definem o termo colaboração como “alguma atividade onde ocorre auxílio entre pessoas, ou seja, uma atuação conjunta, ao invés de individual, com objetivo de se alcançar um determinado fim”.

A co-produção (ou coprodução), por sua vez, é compreendida como a participação do consumidor nas atividades operacionais, sendo ela com trabalho intelectual, recursos físicos e/ou informacionais, até a saída para utilização e consumo (Etgar, 2008, apud De Morai; Bonomi, 2014).

Segundo esta definição, De Moraes e Bonomi (2014) refere-se à co-produção como parte da cocriação, pois segundo os autores, cocriação (não a cocriação de valor) cobre o envolvimento do cliente também no processo produtivo, ou seja, na co-produção.

Krucken (2014) sugere ainda uma outra confusão, na qual as palavras cocriação e co-design (ou codesign) muitas vezes são usadas de forma errada como sinônimos, pois, segundo a autora, elas possuem significados diferentes.

Para Krucken (2014), co-design “indica criatividade coletiva aplicada ao longo de um processo de design”. Ela reforça citando Sanders e Stappers, que em 2008 definem co-design como “criatividade coletiva dos designers em colaboração” (Sanders & Stappers, 2008, apud Krucken, 2014). A grande diferença entre os termos seria a participação de designers no processo do co-design.

Com base nas definições dos autores trazidas neste trabalho, entende-se que a co-produção é uma etapa da cocriação, e o co-design pode ser generalizada como uma cocriação guiada por designers, ou até mesmo, com forte presença de designers.

Portanto, ao comparar os termos cocriação, colaboração, co-produção e co-design percebe-se uma diferença entre seus significados, porém com grande relação entre eles.

A seguir, ainda neste capítulo, será apresentado uma diferenciação entre as principais abordagens de cocriação, como design colaborativo, design centrado no usuário e design participativo, por exemplo.

2.2.3. Perfil dos co-criadores e Ambiente das co-criações

Para uma análise prática de cocriação, é importante ir além das fronteiras da definição do termo, se aprofundando no conhecimento do perfil dos co-criadores e do ambiente de cocriação.

Se observarmos os sujeitos das frases que definem o termo cocriação, descritas neste trabalho, encontramos que este processo é feito por “pessoas”, sem qualquer distinção especificada. O mesmo não acontece quando reparamos nos significados de cocriação de valor, sempre acompanhados de termos como “clientes” e “indivíduos” (de uma empresa) que forma o sujeito das frases, interagindo entre si, ou também na definição de co-design, no qual a participação de um designer é necessária.

Verbo como trocar, mutuar, aproximar, fundir, distanciar, modificar, combinar, reagir (ideias), gerar (resultados), estabelecer, restabelecer (congruências), experimentar, realizar (atos), desenvolver (projetos) aparecem na definição de cocriação, e pela diversidade de ações que estes verbos apresentam, a primeira impressão é de que a cocriação pode acontecer com qualquer perfil de pessoa e em qualquer lugar.

Para identificar os perfis e ambientes de cocriação uma opção pode ser considerar o próprio processo de cocriação, dentro do contexto de colaboração. Neste caso, devemos considerar o trabalho de Lima et Heemann (2009) que trazem premissas que possibilitem o fenômeno de colaboração. Estas premissas são divididas em três etapas dentro do processo de cocriação, e se fazem necessárias para o estabelecimento do trabalho colaborativo: Estabelecimento, Manutenção e Dissolução da colaboração. (Lima & Heemann, 2009)

Neste sentido, os mesmos autores trazem à tona características que devem ser estimuladas durante a fase de estabelecimento da colaboração, tais como interesse, integração, confiança mútua e comprometimento. Para a fase de manutenção da colaboração, outras características são abordadas, como motivação, comunicação, coordenação e cooperação. Por fim, na etapa de dissolução, características como independência, confiança e compartilhamento acessível são apreciadas.

Frente às características citadas, conseguimos estabelecer duas relações: uma com o perfil teórico desejado para as pessoas que co-criarão e outra para o ambiente teórico propício para cocriação.

Ao estabelecer uma equipe que irá co-criar dentro de um contexto colaborativo, sugere-se que estas pessoas sejam interessadas, confiáveis e comprometidas, e que este processo aconteça dentro de um ambiente de integração entre elas.

Para a manutenção da colaboração durante o processo de cocriação, é necessário que as pessoas sejam comunicativas e estejam em um ambiente motivador, coordenado e em cooperação.

Para dissolução, não se encontrou características específicas para as pessoas, apenas para os ambientes, que devem propiciar confiança e compartilhamento acessível. Durante o processo deve existir algum tipo de esforço para que as partes permaneçam com estabilidade mesmo após a dissolução da colaboração, gerando independência após a dissolução da equipe,

características sem relação direta com o perfil e com o ambiente, somente com o próprio processo.

Mesmo se tratando de um estudo com abordagem no Design, Lima e Heemann (2009) concluem o artigo afirmando que “a aplicação das premissas propostas neste trabalho não se limita à área do Design” permitindo então que estas considerações sejam usadas na cocriação, que é um processo global. Os autores ainda propõem que estas características “podem ser adaptadas a outros contextos de trabalho em equipe em que ocorra o fenômeno da colaboração” sendo reflexões genéricas e, portanto, “adaptáveis ao projeto a que se referem e diretamente dependentes do contexto”. (Lima & Heemann, 2009)

Então concluímos que o perfil desejável dos co-criadores contenha características como interessadas, confiáveis, comprometidas e comunicativas. E os ambientes desejáveis para que aconteça a cocriação devem ter integração, ser motivador, ter coordenação e cooperação, gerar confiança e ter compartilhamento acessível.

Quando um processo compartilhado entre duas ou mais pessoas (Sonicrim, 2001), somado ao perfil adequado e à um ambiente propício, a criatividade coletiva pode acontecer. Este fenômeno da “bisociation”, nome proposto por Koestler (1964) acontece quando é combinada ideias previamente não relacionadas.

Segundo Sonicrim (2001) “estamos começando a ver que a criatividade coletiva pode ser muito poderosa e pode levar a mais culturalmente resultados relevantes do que a criatividade individual faz”. Ainda, segundo a autora referenciada, a criatividade coletiva pode resultar em inovação úteis e relevantes quando praticada no desenvolvimento do processo de design com usuários. “Isto é importante porque inovações úteis e relevantes podem ser bem-sucedidas comercialmente, ao mesmo tempo que são culturalmente benéfico”. (J. Rifkin, 2000, apud L. Sonicrim, 2001)

2.2.4. Abordagens em cocriação

É possível fazer inúmeras análises sob a ótica de diferentes abordagens em cocriação. Uma primeira análise possível é através de uma abordagem que considera o envolvimento ou não do designer dentro do processo de cocriação.

Como já explicitado neste trabalho, a abordagem de cocriação, que é feita com a presença de designers, pode ser chamada por co-design.

Dentro desta abordagem, podemos ainda segmentar diferentes abordagens com relação ao envolvimento do cliente dentro do processo de cocriação, evidentemente dentro do contexto de cocriação de valor, ou seja, levando em conta a relação cliente-fornecedor.

Neste sentido, a literatura (Kaulio, 1998; Sanders & Stappers, 2008; Scariot, Heemann, & Padovani, 2012) distingue algumas abordagens, destacando o Design Colaborativo (ou *Collaborative Design*), Design Colaborativo Centrado no Usuário (*Collaborative User-Centered*

Design), Design para usuários (*Design for the users*), Design com usuários (*Design with the users*) e Design por usuários (*Design by users*) ou Design Participativo (*Participatory Design*).

Segundo (Scariot et al., 2012), “quando um projeto é desenvolvido com esforços conjuntos de muitas pessoas, o processo de design pode ser chamado de colaborativo”. Portanto, ainda segundo os autores, o objetivo do design colaborativo “é compartilhar uma compreensão do projeto através da integração de diferentes competências, ideias, recursos e responsabilidades em um processo de desenvolvimento”.

Ao incluir o usuário final, ou cliente, dentro deste processo, foi criado na década de 70 e amplamente difundido na década de 90, o Design Centrado no Usuário (ou DCU). Esta abordagem se baseia na participação do usuário no desenvolvimento, seja de sistemas, produtos e/ou serviços (Scariot et al., 2012). Segundo os autores (Scariot et al., 2012) seu principal objetivo é melhorar a compreensão sobre as necessidades do usuário, seus requisitos enquanto realizam a tarefa, sua interação e a valorização do usuário do que é desenvolvido. A principal desta abordagem é que quanto maior o envolvimento do usuário no processo de design, maiores são as chances de que o que é projetado seja adequado para seus fins e para o ambiente em que a interação irá ocorrer.



Figura 2.6 – Abordagens de design. Fonte: Elaborado pelo autor a partir de Kaulio, 1998; Sanders & Stappers, 2008; Scariot, Heemann, & Padovani, 2012).

Segundo Sanders e Stappers, os designers “foram se movendo cada vez mais perto para os futuros usuários para quem eles projetam”. (Sanders e Stappers, 2008), fazendo com que, cada vez mais, as empresas estejam abertas a soluções baseadas nas necessidades dos utilizadores. Conhecida por design centrado no usuário, esta abordagem utiliza investigadores treinados em observar e/ou entrevistar grupos de utilizadores, cuja contribuição é executar tarefas pré-determinadas e/ou dar opiniões sobre conceitos de produtos concebidos por outros (Sanders e Stappers, 2008, apud Águas, Lusófona, & Humanidades, 2012).

E é dentro deste contexto ainda existe uma distinção quando ao envolvimento do cliente, destacando as abordagens Design para usuários, Design com usuários e Design por usuários (Kaulio, 1998, apud Scariot et al., 2012).

Design para usuários, segundo Kaulio (1998) utiliza dados, teorias e modelos de comportamento dos usuários como base para o projeto. Porém, como o autor mesmo escreve, “mesmo em situações em que o designer é um representante justo do usuário, sempre haverá diferenças em suas percepções e pensamentos”.

Já na abordagem de Design com usuários, ainda segundo Kaulio (1998), os designers adquirem informações como dados sobre preferências do usuário, necessidades e exigências, adquirindo suas reações durante sessões de testes de diferentes soluções de design. Esta abordagem tem como aspecto positivo, segundo Scariot et al. (2012), o fato do designer “ter uma visão mais ampla e uma interpretação não-discriminatório dos resultados, impedindo que o usuário seja ignorado ou levado muito a sério” sendo assim uma espécie de filtro. Os autores também trazem um aspecto negativo, pois, segundo Nielsen (2008), ao responder perguntas em uma entrevista ou um grupo de foco, o usuário tende a responder o que ele acredita que o pesquisador queira ouvir ou ainda o que eles acreditam ser socialmente aceitos. Ainda, “ao relatar as suas experiências, o usuário diz o que ele se lembra de ter feito, e como a memória humana não é confiável, o usuário normalmente racionaliza o comportamento e as emoções, o que justifica as falhas com as declarações que podem ser meramente hipotéticas”.

Por fim, o autor Kaulio (1998) descreve o Design por usuários como o tipo de abordagem onde o usuário está ativamente envolvido e participa do projeto de seu próprio produto, o que é relacionado pelos autores Scariot et al. (2012) como sendo o Design Participativo.

Segundo Kaulio (1998), o envolvimento participativo é quando “a organização transfere para o usuário o poder sobre as decisões de projeto, e utiliza as técnicas de troca de experiências e geração de ideias. Esta abordagem, exige um maior esforço no planejamento, organização e execução quando comparado para os níveis anteriores (Design para usuários e Design com usuários).

Para Sanders e Stappers (2008), que também identificaram esta tendência na prática atual do design, a abordagem participativa (ou *participatory approach*) “onde os utilizadores são considerados parceiros especialistas e participam nas fases iniciais do projeto, ou seja, nas atividades de definição de requisitos, na formação da ideia e no desenvolvimento do conceito”.

Historicamente, ambas as abordagens – Design centrado no usuário e Design Participativo – começam a influenciar-se reciprocamente e daí surgem as noções de co-design e cocriação. (Sanders e Stappers, 2008, apud Águas, Lusófona, & Humanidades, 2012).

2.2.5. Cocriação no contexto do design e experiências

“A cocriação no design considera que todas as pessoas possuem habilidade para criar, desde que seu processo seja facilitado e que sejam orientadas para tal. Além de possuírem

conhecimento sobre suas próprias necessidades, os participantes fazem parte da geração coletiva de ideias, reunião de conhecimento e desenvolvimento do conceito” (Krucken, 2014).

Já sob a perspectiva do design, Nielsen, (2008) aponta que o processo de cocriação precisa ser conduzido através das ferramentas adequadas, somados a um planejamento para o processo de inovação e habilidades tornar às ideias mais tangíveis (Nielsen, 2008, apud Krucken, 2014).

No livro “*This is Service Design Thinking*” o termo cocriação é colocado no mesmo patamar de outras ferramentas do Design de Serviço. Para os autores do livro, cocriação é um aspecto central da filosofia de design de serviço que pode ser materializada em sessões de cocriação, onde mais de uma dezena de ferramentas de design de serviços apresentados no livro podem ser adaptadas a este tipo de abordagem (Stickdorn & Schneider, 2011).

No contexto de cocriação de valor, pesquisas na Lógica Dominante do Serviço (ver S-D logic de Vargo e Lush, 2004) enfatizam a importância da cocriação, processo no qual o cliente é “sempre um co-criador de valor” e onde “a marca se torna a experiência”. (Vargo e Lush, 2004, apud Frow & Payne, 2007).

Segundo Frow & Payne (2007) o contexto cocriação de valor “tem um papel importante a desempenhar no sentido de desenvolver uma “excelente” ou “perfeita” experiência para o cliente”, fazendo com que a marca não seja apenas publicidade para diferenciar de outras marcas, e sim “a construção de processos para apoiar a experiência do cliente”. Porém, E. Sanders & Dandavate (1999) são categóricos em seu artigo afirmando que “nunca podemos realmente projetar experiências” pois, “experiência* é uma atividade construtiva”.

O termo *Experience Design*, cujo objetivo é criar experiências de coisas, eventos e locais dos usuários, começou a ser discutido com maior intensidade na década passada, e tem como principal influência uma literatura da área de ciências sociais, que começaram a reconhecer o papel das emoções na experiência humana, como Jensen (1999) (Sanders & Dandavate, 1999).

Os autores trazem um exemplo da experiência do usuário na comunicação. Segundo eles, a comunicação “é constituída por duas partes iguais: o que o comunicador fornece, e o que o comunicador traz para a interação. Quando as duas partes se sobrepõem ocorre a comunicação real. Conhecer sobre as experiências dos usuários, então, torna-se vital para o processo de elaboração da comunicação. Se temos acesso a ambos, o que está sendo comunicado e que experiências estão influenciando o recebimento da comunicação, então nós podemos projetar para experiência” (Sanders & Dandavate, 1999).

Então, segundo os autores, “podemos aprender a acessar as experiências das pessoas (passado, atual e potencial), então podemos fazer a experiência do usuário a fonte de inspiração e ideias para o projeto. E fazendo a experiência do usuário a fonte de inspiração, somos mais capazes de projetar para experimentar” (Sanders & Dandavate, 1999).

Ao analisar a definição de *Experience Design* do Instituto Americano de Artes Gráficas (AIGA - *American Institute of Graphic Arts*), Sanders (2002) contesta estas afirmações, reforçando seu pensamento já explicitado em diversos artigos da autora.

Segundo AIGA, “Design de experiência é a maneira no qual o significado é comunicado na sociedade em rede, onde nenhum ponto de contato tem um simples começo e fim, e todos os

pontos de contato deve ter significado incorporado dentro deles”. Para Sanders (2002) o problema nesta definição é que “não se pode criar experiência” uma vez que a experiência* está nas pessoas. Segundo um paralelo que a autora referida faz, “o que se projeta são informações, e não se pode projetar significados”.

Então “você pode projetar ofertas experienciais, como interfaces, ambientes e cenários, mas você não pode projetar experiências” (Sanders, 2002).

Para exemplificar isso, podemos citar o artigo de Frow & Payne (2007) traz o caso conhecido como “*Perfect Pint*” (Copo de *chopp* perfeito) da cervejaria *Guinness*. A empresa mapeou todo o caminho em que a cerveja percorre, desde os insumos até o copo, para criar uma experiência perfeita. Quatro etapas foram escolhidas como fatores principais para o sucesso do copo de *chopp* perfeito: a qualidade das matérias-primas fornecidas; a qualidade nos processos de fabricação de cerveja e da embalagem; o estabelecimento que serve a bebida perfeita; e a educação necessária para que o cliente possa aproveitar a experiência de consumo.

Além de suas responsabilidades diretas, a cervejaria descobriu que o estabelecimento que serve a bebida, que é seu cliente direto, e também o consumidor final precisava ser educado sobre seu papel na criação de uma experiência de cliente melhorada (Frow & Payne, 2007).

Consegue-se perceber neste exemplo que o design desta experiência se limita a projetar interfaces entre a empresa e os fornecedores e clientes, construindo ambientes que garantam a qualidade e suportes educacionais que garantam a comunicação. Porém o significado da experiência é individual.

2.3. Síntese da Fundamentação Teórica

Com o objetivo de sintetizar os principais pontos abordados nesta fundamentação teórica, segue uma lista que será usada como referência e contribuirá decisivamente para o sucesso desta pesquisa:

- Conceituação do termo vivência e seus aspectos caracterizadores.

A busca pela definição do termo vivência, bem como sua diferenciação de experiência, foi fundamental para a compreensão dos aspectos caracterizadores, encontrados durante a pesquisa nos autores relevantes para o estudo de vivências, e será fundamental para o mapeamento dos atributos caracterizadores de uma vivência dentro do modelo proposto.

*NOTA: Sanders & Dandavate (1999) usam o termo “experiencing” que foi traduzido neste texto como experiência, porém também tem tradução possível como vivência.

- Tríplice semântica de Nietzsche.

A fundamentação encontrada na tríplice semântica de Nietzsche poderá servir como tipologia para a classificação dos aspectos caracterizadores encontrados. Características como “plenitude”, “imediatez” e “significabilidade” poderão guiar a escolha dos atributos que caracterizam uma vivência.

- Diferenciação das abordagens de cocriação.

Devido ao vasto material que se tem sobre a conceitualização de cocriação, bem como as áreas que a sombreiam, é importante que se compreenda o panorama geral através da fundamentação da cocriação, com o objetivo de contribuir com as escolhas a serem feitas na busca de tipologias que possam caracterizar uma cocriação, fundamental para a construção do modelo proposto.

3. MODELAGEM TEÓRICO-ANALÍTICA

Este capítulo começa apresentando, baseado na fundamentação teórica, os resultados autorais da pesquisa bibliográfica, passando por uma análise teórica profunda, com o objetivo de, ao final, apresentar os atributos teóricos de uma vivência e de uma cocriação.

3.1. Método

Esta primeira fase tem como objetivo identificar características que definem uma vivência, delimitar os componentes de uma vivência, caracterizar modelos de cocriação existentes na literatura e por fim, verificar quais se aplicam à cocriação de vivências. Todos estes objetivos foram divididos em três etapas.

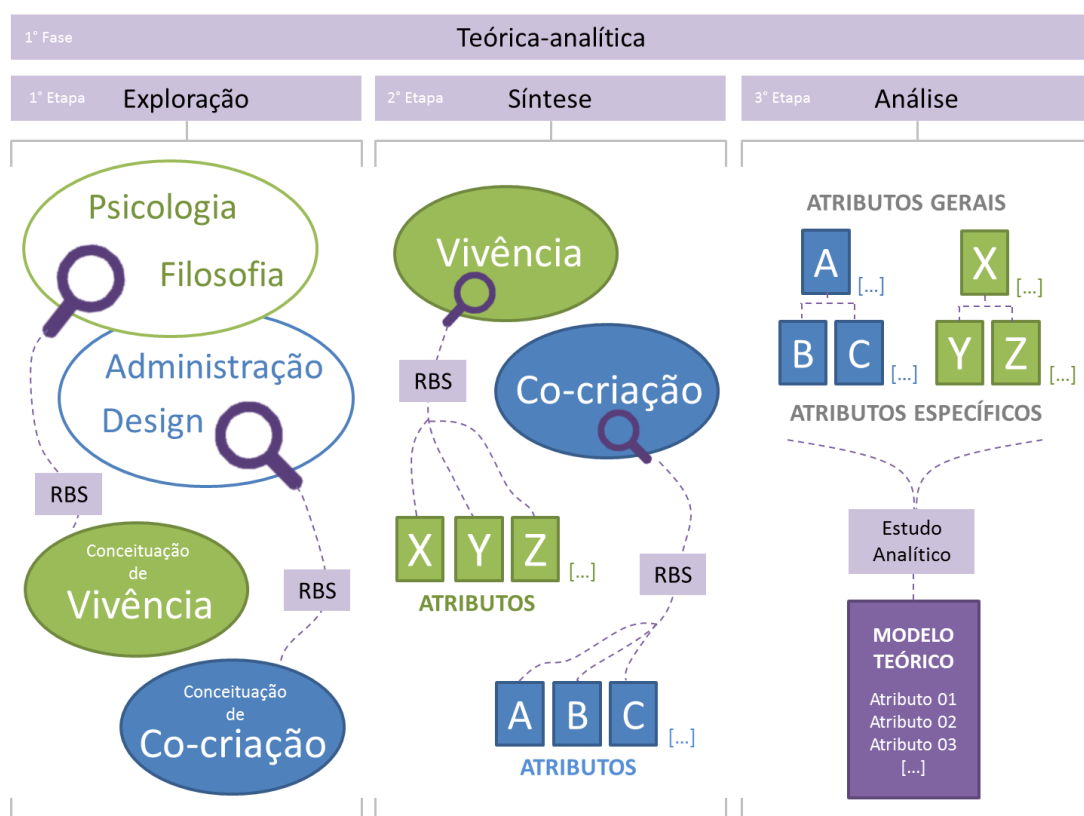


Figura 3.1 – Quadro resumo da Fase 01: Teórica-Analítica. Fonte: Elaborado pelo autor.

As duas primeiras etapas (exploração e síntese) consistem em uma coleta de informações através de uma revisão bibliográfica, que pode ser considerada um passo inicial para qualquer

pesquisa científica (Webster; Watson, 2002, apud Conforto, 2011) e, baseado neste procedimento técnico, busca-se para este trabalho um caráter exploratório, permitindo maior familiaridade com o problema, aprimoramento de ideias ou descoberta de intuições (Gil, 2007, apud Conforto, 2011). Por se tratar de um procedimento técnico fundamental para o embasamento da pesquisa proposta, busca-se construir uma revisão bibliográfica bem executada e confiável, realizando-a de forma sistemática e de modo compreensível (Webster; Watson, 2002; Walsham, 2006; Levy; Ellis, 2006, apud Conforto, 2011).

A primeira etapa é exploratória e busca compreender o significado dos termos “Vivência” e “Cocriação”. Então, os atributos teóricos que caracterizam tanto a vivência quanto a cocriação, objetivos da segunda etapa, serão analisados através de um estudo analítico em uma terceira etapa (análise). Ao final desta fase, será proposto um modelo teórico de cocriação para vivências.

i. Técnicas de Coleta

Iniciando a pesquisa, a primeira etapa busca explorar as definições das duas palavras chaves deste trabalho, “vivência” e “cocriação”, através de uma pesquisa bibliográfica sistematizada (ou Revisão Bibliográfica Sistematizada, abreviada como RBS e explicada a seguir) em campos onde esta definição é fértil, tais como Psicologia e Filosofia para “vivência” e Administração e Design para “cocriação”.

A segunda etapa continua utilizando a técnica da RBS para, dentro do contexto de “vivência” e de “cocriação”, aprofundar os resultados da revisão literária feita na primeira etapa, construindo uma base que represente o “Estado da Arte e Revisão Teórica” (Luna, 1997; Silva; Menezes, 2005, apud Beccari, 2012) acerca do tema, sintetizando os componentes caracterizadores que definem uma vivência e uma cocriação referenciados na literatura. Espera-se ao fim obter embasamento suficientemente amplo, definições claras e atributos que as caracterizem.

Apoiando-se apenas no relato de outros estudos já realizados, a RBS permite ao pesquisador uma compilação de dados (Cook et al., 1997, apud Conforto, 2011). Ainda segundo Conforto (Cook et al., 1997, apud Conforto 2011) uma RBS é baseada na aplicação de métodos com maior rigor científico, podendo alcançar melhores resultados e reduzir erros e o viés do pesquisador responsável pela investigação.

ii. Procedimentos de Coleta

Estas duas etapas (exploração e síntese) são fundamentais para todo o embasamento teórico desta pesquisa. Primeiramente, na etapa de exploração, foi feita uma pesquisa nos bancos de dados *on line* de Teses, Dissertações e Artigos, como os portais ‘Capes Periódicos’ e ‘Google Acadêmico’, se atentando apenas à exploração dos termos “Vivência” e “Cocriação”, buscando compreender quais eram as áreas de conhecimento e os autores relevantes para isto. Decidiu-se pesquisar os termos chaves separadamente pois nenhum documento relevante foi encontrado em uma pesquisa levando em consideração ambos os termos.

Nesta primeira amostragem, para o termo “Vivência”, um artigo revelador foi encontrado (Bergson, s.d, apud Morentes, 1970), contendo um exemplo bastante didático do significado e apresentando a origem da palavra, além de permitir descobrir que os terrenos mais férteis para o detalhamento da pesquisa seriam as áreas da Filosofia e da Psicologia. Iniciou-se então a pesquisa em dicionários de filosofia online (como por exemplo o Hyperlogos.info) com o intuito de expandir os horizontes dos diferentes significados de “vivência”. Nele encontrou-se citações de grandes autores como Dilthey, Bergson e Morentes. A partir daí, ao associar a palavra “vivência” aos autores citados anteriormente nos mesmos mecanismos de busca utilizados no início da pesquisa, muitos artigos foram encontrados, tais como Amaral (2004) e Silva (2009) que citam Dilthey; Castro (2009) que cita Bergson. Por fim, buscou-se ainda, nas referências destes artigos, novos artigos que pudessem ampliar ainda mais os horizontes dos significados de vivência, e foram encontrados artigos de Viesenteiner (2013) que cita Nietzsche; Larrosa (2002), Fernandes (2010) e Seibt (2012) que citam Heidegger.

Já a pesquisa para o termo “Cocriação”, por se tratar de uma área mais investigada, não apresentou muitas dificuldades já na primeira análise dos bancos de dados. Rapidamente conferiu-se que o termo poderia ser encontrado nas áreas da Administração, tendo inclusive sua origem nela, e no Design. Junto com sua definição, a maioria das referências encontradas busca também diferenciar o termo de outros termos, que são muitas vezes confundidos do grande público, como “Colaboração” e “Co-Design”. Algumas das principais referências encontradas são: Kvan (2000); Prahalad e Ramaswamy (2004); Arnould, Price e Malshe (2006); Sanders (2006); Payne, Storbacka e Frow (2007); Piller (2011); Franco (2012); e Heemann (2012).

iii. Análise dos Dados

Uma vez coletados todos os dados a terceira etapa finaliza a primeira fase através de um estudo analítico. Este estudo analisa os atributos encontrados na fase de síntese e os classifica em atributos gerais e atributos específicos, e também os relaciona entre eles, formando um agrupamento de atributos, com o objetivo de propor um MODELO TEÓRICO.

Entende-se como estudo analítico, método de pesquisa utilizado na epidemiologia, os estudos que buscam explicar a ocorrência de determinado agravo, buscando relacionar a sua ocorrência a um ou mais fatores (Rouquayrol; Almeida Filho, 1990). No âmbito do Design, não se encontrou, de forma contundente, especificamente o termo “estudo analítico” como uma ferramenta de pesquisa, apesar das inúmeras citações deste termo encontradas. Podemos compará-lo ao Método Tipológico no qual o pesquisador cria modelos ideais, construídos a partir da análise de aspectos essenciais do fenômeno (leia-se aqui, estudo analítico), que tem como principal característica o fato de não existir na realidade, mas servir de modelo para a análise e compreensão de casos realmente existentes (Marconi e Lakatos, 2003). Em outras palavras, o estudo analítico é uma análise, quantitativa ou qualitativa, que relaciona fortemente diferentes aspectos com um determinado objetivo.

Para desenvolver esta análise de atributos, é proposto a utilização da Constelação de Atributos, que se trata de uma técnica experimental de análise de associações espontâneas de ideias e também um método de representação gráfica das associações (Ekambi-Schmidt, 1974).

Esta técnica é normalmente usada segundo uma abordagem quantitativa, para interrogar uma população cujas características são conhecidas para, então, reagrupar as descrições relativas ao conceito escolhido. Os atributos são classificados conforme a frequência que aparecem nas respostas às entrevistas e são representados graficamente no esquema segundo a lógica de quanto maior a distância do centro, maior a frequência de citações da associação.

Para este estudo, a ferramenta foi adaptada para uma abordagem qualitativa, sem que a distância entre os atributos e o conceito represente qualquer ligação com o número de vezes que o atributo foi citado pelos autores do estudo bibliográfico, por exemplo. Apenas foi mantida a representação gráfica com diferentes distâncias entre os atributos gerais (mais próximo ao centro) e específicos (mais distante do centro).

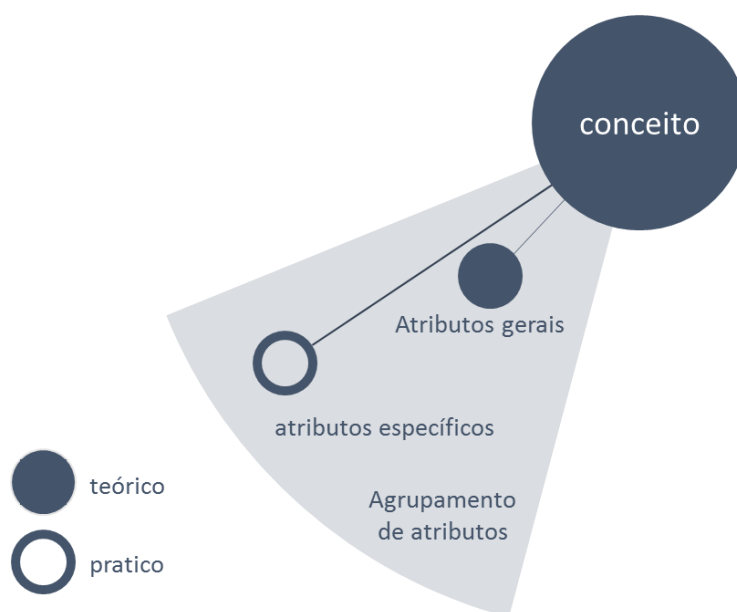


Figura 3.2 – Esquema de organização da tabela do estudo analítico. Fonte: Elaborado pelo autor.

Uma notação foi criada para diferenciar os atributos teóricos (círculo preenchido) e práticos (círculo vazio) encontrados. Nesta primeira fase, responsável pela investigação e análise de atributos teóricos, apenas apareceram círculos preenchidos.

Espera-se ao final da construção da constelação de atributos encontrar um novo modelo teórico para cocriação de vivências. Este modelo receberá o nome de MODELO TEÓRICO.

3.2. Sínteses dos Aspectos Caracterizadores de Vivência

Com o objetivo de encontrar atributos teóricos gerais e específicos para o conceito de vivência, construiu-se um mapa mental correlacionando todos os aspectos caracterizadores de uma vivência apresentados no capítulo de fundamentação teórica.

É válido relembrar que os aspectos caracterizadores de vivência são: Plenitude, Compreender Hermenêutico, Consciência, Reflexão, Estética, Sentimento, “Pathos”, Relação imediata entre homem-mundo, Realidade, Individual, Significabilidade, Intensidade, Intencionalidade e Evento.



Figura 3.3 – Mapa mental dos aspectos caracterizadores de vivência. Fonte: Elaborado pelo autor.

A construção do mapa foi feita manualmente no qual as palavras chaves reconhecidas como aspectos caracterizadores de vivência foram escritas em *post-its*, pequenos pedaços de papéis auto-adesivos, e dispostas sobre uma folha de papel em branco. As palavras chaves foram distribuídas e relacionadas conforme a interpretação dos seus respectivos significados, extraídos da fundamentação teórica, pelo pesquisador. Também se utilizou de palavras conectoras, tais como ‘tem’, ‘sem’, ‘é’, ‘ou’, ‘acontece’, ‘impactando’, ‘portanto’, e ‘criando’, para relacionar de forma mais precisa as palavras chaves.

O mapa mental propriamente não configura um resultado específico da pesquisa, mas optou-se por apresentá-lo, pois, esta ferramenta foi importante para a construção de pontes entre os conceitos de cada autor independentemente descritos na fundamentação teórica.

Para solidificar ainda mais os conceitos de cada palavra chave, foi proposto a construção através da análise deste mapa mental, de três linhas de raciocínio e que, para facilitar a compreensão, foram aglutinadas em três frases sínteses.



Figura 3.4 – Aspectos caracterizadores de vivência. Fonte: Elaborado pelo autor.

Assim conseguimos formular a primeira síntese de aspectos (S1), caracterizando a vivência como sendo plena pois independe da consciência para ser compreendida, conferindo uma dimensão estética.

Esta primeira frase síntese de aspectos pode ser comparada, de forma bastante lúdica, ao indivíduo dentro de uma piscina de bolinhas, onde este indivíduo não se relaciona com qualquer indivíduo ou coisa, ou até pensamento dele próprio, externo a piscina de bolinhas.

Caracteriza-se então uma compreensão hermenêutica na qual o indivíduo dentro da piscina de bolinhas brinca com as próprias bolinhas contidas nela mesma, vivendo de alguma forma aquele momento, no qual ele também está contido, sem qualquer comparativo de experiências passadas ou ao meio externo da piscina de bolinhas.

A vivência do indivíduo dentro da piscina de bolinhas pode ser considerada plenamente estética, que segundo Bernd Löbach (2001) é o “aspecto psicológico da percepção sensorial durante o seu uso”, pois tem a capacidade de sensibilizar pelo menos um dos sentidos humanos. Os elementos estéticos da piscina de bolinha (cores, formas, texturas, sons, etc) se relacionam entre si e com o indivíduo de forma harmoniosa, seduzindo o indivíduo durante esta vivência.

A segunda frase síntese (S2) construída a partir do modelo mental, utiliza-se dos aspectos caracterizadores para definir que uma vivência acontece sempre na relação imediata entre homem-mundo, ou seja, na realidade e não no legado de alguém, impactando inclusive o lado individual do homem.

Esta linha de raciocínio pode ser exemplificada com o exemplo do passeio por Paris de Bergson, apresentado na fundamentação teórica, na qual Morente & Bengoechea (1970) diferencia completamente “um passeio a pé por Paris” com “uma vasta e minuciosa coleção de fotografias”. Para se colocar realmente em presença do objeto em questão é necessário vivê-lo propriamente, e este momento não pode ser comparado ao legado, que é “uma simples ideia, uma representação, um conceito, uma elaboração intelectual” (Morente & Bengoechea, 1970).

Esta relação imediata entre o indivíduo e a realidade dos acontecimentos durante o passeio em Paris, relatada no exemplo, constitui uma vivência, ao menos na ótica da imediatez, impactando o indivíduo em questão, construindo um elo entre sua experiência prévia à vivência e sua experiência posterior a mesma.

O impacto individual, e consequentemente o impacto na realidade, resultante da imediatez de uma vivência fica claro no modelo apresentado por Lindström (2009) no capítulo da fundamentação teórica deste trabalho, na qual existe uma sequência de experiência 1.0 seguida de uma vivência, e seguida de uma experiência 2.0, seguida novamente por uma vivência e assim por diante.

Em seu artigo, Viesenteiner (2013) correlaciona aspectos das duas sínteses estabelecidas até o momento, no qual o “anseio por uma relação imediata entre o homem e o mundo, cuja linguagem fosse capaz de exprimir a abundância de sentimento dessa Erlebnis não permite o uso de meios racionais que expliquem tal conteúdo”.

Por fim, uma terceira linha de raciocínio, formado pelo restante dos aspectos caracterizadores de vivência, pode ser sintetizada (S3) de tal forma que a vivência existe a partir da intensidade e significabilidade do vivido, gerando um evento intencional, sem qualquer intencionalidade do indivíduo.

Para facilitar a compreensão, imaginemos os dois primeiros exemplos apresentados, no primeiro o indivíduo brinca na piscina de bolinha e no segundo, o indivíduo anda pelas ruas de Paris. Em ambos os casos não existe vivência se o indivíduo não for impactado significativamente.

Basta comparar a sensação de plenitude de um indivíduo que entrou pela primeira vez em uma piscina de bolinha com alguém que trabalha com recreação de crianças, na qual ele entra na piscina de bolinhas diversas vezes ao dia. Não existe intensidade neste segundo caso.

De mesmo modo, existe uma enorme diferença de intensidade entre a primeira vez que você andou por Paris comparada com alguém que mora a muito tempo na cidade de Paris, e “passeia” pelas suas ruas todos os dias.

A dimensão “significabilidade” na vivência parece ser fundamental para constitui-la como tal, pois caso contrário, existe apenas momentos plenos e/ou imediatos, porém sem a intensidade necessária para que este momento seja significativo o bastante para construir uma verdadeira vivência plena e imediata.

Esta vivência significativa cria virtualmente um evento, determinando mesmo que de forma não precisa, um começo, entre a experiência prévia e a vivência, e um fim, entre a vivência e a

experiência posterior. Isso qualifica o evento como um evento intencional, ou seja, um evento com propósito.

Como apresentado na fundamentação teórica, Seibt (2012) teoriza esta situação, afirmando que “no âmbito da teorização não se vive mais na vivência, mas ela se coloca lá, aí, diante, cria um intervalo dentro da própria vivência, que a divide em polos que se põem um diante do outro, como conhecedor e conhecido, como sujeito e objeto. Isso só é possível se a vivência é extraída do seu vivo fluxo de realização, o que significa que ela se orienta intencionalmente”.

Um evento intencional não quer dizer que exista qualquer intencionalidade do indivíduo para que este evento seja despertado, e assim a vivência passe a acontecer.

Voltando nos dois exemplos apresentados, mesmo existindo a intenção de entrar em uma piscina de bolinhas ou de passear por Paris pela primeira vez, o fato de não existir conhecimento prévio, ou “experiência 1.0”, faz com que não exista consciência do que será vivido, portanto, não existe qualquer intenção com relação ao que será vivido durante estas vivências.

Isso acontece, pois, as vivências acontecem e como não se trata de algo que se passa na esfera da consciência, não é possível sua participação intencional (Fernandes, 2010). Para Viesenteiner (2013), como apresentado na fundamentação teórica, “vivência é obra do acaso”.

A ausência de intencionalidade do indivíduo, como descrita até aqui, é o que nos permite, mesmo em um segundo, ou em qualquer outro, momento em que o indivíduo entre em uma piscina de bolinhas para brincar, já tendo uma primeira vivência, ou um novo passeio pelas mesmas ruas de Paris, em que este indivíduo já vivenciou, ter uma nova vivência.

Em outras palavras, mesmo o indivíduo já tendo vivenciado eventos parecidos, esta ausência de intencionalidade é o que parece permitir que o mesmo indivíduo vivencie uma outra situação plena e imediata, construindo uma nova experiência 3.0 por exemplo.

Isso pode ser validado quando comparamos o modelo proposto pela Lindstrom (2009) na qual ela integra a conceituação dos termos “vivência” e “Experiência” no modelo cíclico de aprendizagem proposto inicialmente por Kolb, o Modelo Experiencial de Aprendizagem.

Uma conclusão significativa quando dispomos todos os aspectos caracterizadores de uma vivência em um mapa mental e as correlacionamos, parece ser a dependência que estes aspectos tem entre eles, constituindo na verdade três frases sínteses que relacionam estas palavras chaves entre si, e por sua vez, estas três frases sínteses constituem três linhas de raciocínio que são dependentes entre si para que uma vivência aconteça.

Chega-se ao ponto que, segundo a análise teórica dos aspectos caracterizadores de uma vivência, pode-se afirmar que uma vivência é ser plena, pois independe da consciência para ser compreendida, conferindo-a uma dimensão estética, e acontece através de uma relação imediata entre homem-mundo, ou seja, na realidade e não no legado de alguém, impactando inclusive o lado individual do homem com intensidade, tornando o momento significativo, gerando um evento intencional, sem qualquer intencionalidade do indivíduo.

Ou ainda, de forma bastante pragmática, uma vivência precisa ser plena, imediata e significativa. Esta dependência pode ser confirmada quando comparada a tríplice semântica de Nietzsche, pois

segundo Viesenteiner (2013), a plenitude, dimensão estética, “está em plena sintonia com as duas características anteriores de 'immediatez' e 'significabilidade', e serão detalhadas a seguir.

Ainda segundo Viesenteiner (2013), vivência é “'sofrer na pele', alude à presença imediata de alguém que vivencia algo efetivamente, bem como se refere ao caráter estritamente individual de toda vivência, representando, por isso, a significabilidade para aquele que vivencia”.

3.3. Correlação com a Tríplice Semântica da Vivência

Conforme descrito, a linha de raciocínio formada pelas três sínteses (S1, S2 e S3) apresentadas no item acima, reflete todos os aspectos encontrados na descrição da tríplice semântica do termo vivência, elaborado por Nietzsche.

A tríplice semântica de Nietzsche é apresentada no artigo de Viesenteiner (2013) em uma ordem de apresentação diferente da que foi apresentada nesta correlação.

Viesenteiner (2013) traz primeiramente a conceituação de vivência pela dimensão imediata e em seguida pela dimensão da significabilidade. O terceiro significado, a dimensão da plenitude, é compreendido como “oposição intransigente à frieza da especulação metafísica e ao racionalismo da *Aufklärung*”, contexto ao qual a palavra *Erlebnis* surge na literatura alemã.

Ainda segundo Viesenteiner (2013), “a cunhagem da palavra '*Erlebnis*' evoca abertamente a crítica ao racionalismo da *Aufklärung* [...]. Em oposição à abstração do entendimento e igualmente contra a particularidade da sensação ou representação, o conceito implica uma ligação com a Totalidade, com a Infinitude”.

A tríplice semântica do conceito de vivência, como apresentado na fundamentação teórica, responderia à um “anseio poético por uma linguagem que referisse imediatamente os sentimentos do homem, para além da fria abstração e da mera compreensibilidade entre homem e homem através de conceitos universais” onde “só uma linguagem que se baseia nas vivências e não na consciência estaria em condições de expressar a grandeza humana” (Dilthey, s.d., apud Viesenteiner, 2013).

Para facilitar a compreensão, foi adicionado a tabela de correlação apresentada um conjunto de palavras chaves generalistas (plenitude, immediatez e significabilidade), encontradas tanto na definição das frases sínteses como nas definições apresentadas por Nietzsche.

Ao compara-las com as demais palavras chaves é possível encontrar alguns termos mais específicos dentro dos aspectos caracterizadores de vivência de outros autores, tais como: compreender hermenêutico, estética, sentimento, *pathos*, reflexão, consciência, intensidade, intencionalidade, evento, realidade, indivíduo e ausência de legado.

Tabela 3.1 – Correlação entre os conceitos da Tríplice Semântica de Nietzsche e as frases sínteses desta pesquisa.
Fonte: Elaborado pelo autor a partir de Viesenteiner, 2013.

Tríplice Semântica de Nietzsche (baseado em Viesenteiner, 2013)	Palavra Chave	Frases sínteses
“Trata-se da impossibilidade de determinar racionalmente o conteúdo da vivência, de modo que a noção de <i>Erlebnis</i> deve sempre ser pensada do ponto de vista estético”.	Plenitude	Vivência é plena pois independe da consciência para ser compreendida, conferindo uma dimensão estética.
“Vivência tem o caráter de ligação imediata com a vida (<i>Unmittelbarkeit</i>), de modo que não se vivencia algo através do legado de uma tradição e nem através de algo de que “se ouviu falar”, mas sim <i>Erlebnis</i> “é sempre vivenciada por um Si” efetivamente, “cujo conteúdo não se deve a nenhuma construção”, por isso o caráter de “immediatez” da vivência com a vida”.	Imediatez	Vivência acontece sempre na relação imediata entre homem-mundo, ou seja, na realidade e não no legado de alguém, impactando inclusive o lado individual do homem.
“O que é vivenciado deve ter uma intensidade de tal modo significativa, cujo resultado confere uma importância que transforma por completo o contexto geral da existência: ‘Ao mesmo tempo, a forma ‘o que se vivenciou’ ‘ classifica o que, no curso da vivência imediata, ganhou duração e significabilidade para o todo de um contexto de vida, enquanto seu produto mediato”.	Significabilidade	Vivência existe a partir da intensidade e significabilidade do vivido, gerando um evento intencional, sem qualquer intencionalidade do indivíduo.

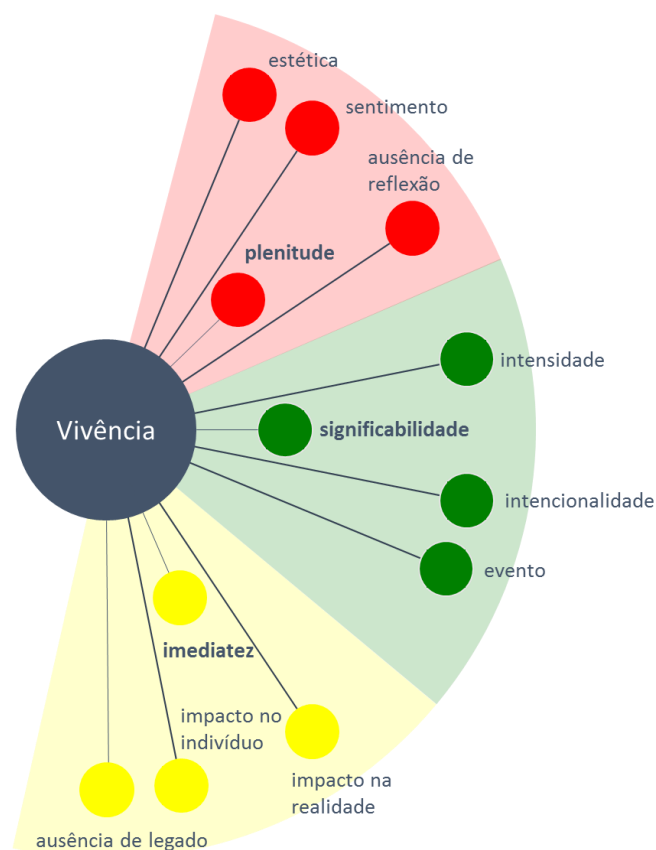
3.4. Constelação de Atributos Teóricos para Vivência

A partir da correlação feita entre a tríplice semântica de Nietzsche e os demais aspectos caracterizadores de uma vivência, determinou-se atributos teóricos gerais e específicos.

Os atributos gerais foram determinados a partir da análise da correlação entre os conceitos da Tríplice Semântica de Nietzsche e as frases sínteses (S1, S2 e S3), gerando três palavras chaves convertidas em atributos gerais.

Já os atributos específicos, foram gerados a partir tanto das palavras chaves encontradas nas frases sínteses (S1, S2 e S3), como nos termos usados para definir os aspectos caracterizadores de uma vivência, bem como de possíveis desdobramentos destes termos.

- Estética, sentimento, intensidade, intencionalidade e evento se originaram a partir dos termos encontrados nos aspectos caracterizadores de vivência;
- Ausência de reflexão, impacto na realidade e impacto no indivíduo tiveram sua origem também a partir dos aspectos caracterizadores de vivência, porém sofreram alterações para fossem melhor interpretados, levando consigo palavras que agregam compreensão dentro do contexto onde elas aparecem;
- Ausência de legado se originou a partir das frases sínteses (S1, S2 e S3), também com alguma alteração para melhor compreensão do uso do termo.



LEGENDA: Atributos gerais mais próximos e atributos específicos mais distantes ao conceito central.

Figura 3.5 – Constelação de atributos teóricos para vivência. Fonte: Elaborado pelo autor.

Se comparado com todos os aspectos caracterizadores de uma vivência, três termos foram inutilizados na construção da constelação de atributos teóricos para vivência: compreender hermenêutico, consciência e *pathos*.

O termo compreender hermenêutico foi retirado pois entende-se que se trata mais de uma característica do processo de compreensão durante uma vivência do que um atributo da vivência propriamente dito.

Mesmo entendendo que termos como ‘reflexão’ e ‘consciência’ possuem significados diferentes, no qual reflexão é “um ato no qual o pensamento se volta sobre si mesmo para examinar seus elementos” (Dicionário Michaelis) e consciência significa “percepção imediata da própria experiência” (Dicionário Michaelis), optou-se por escolher apenas um dos termos. Da mesma forma, o termo ‘*pathos*’, que é um contraconceito da razão, foi suprimido, deixando o termo ‘sentimento’ exposto, que segundo o dicionário significa “faculdade ou capacidade de sentir” ou “sensação psíquica” (Dicionário Michaelis).

3.5. Cocriação: Contexto e Processo

O segundo conceito importante para se construir uma proposta de modelo teórico de cocriação de vivências é o entendimento do termo “cocriar” e seus respectivos aspectos que o caracterizam.

Assim como o termo “vivência”, na fundamentação teórica apresentou-se uma definição e suas diferenças entre termos próximos, tais como ‘cocriação de valor’, colaboração, ‘co-produção’ e ‘co-design’.

Mesmo esta diferença não sendo evidenciada pela maior parte da bibliografia encontrada (De Moraes; Bonomi, 2014), ao analisar atentamente as definições de cocriação, bem como a comparação com os significados dos demais termos semelhantes, é possível perceber uma diferenciação entre todos estes termos, notadamente ‘cocriação’ e ‘cocriação de valor’.

Como demonstrado no capítulo da fundamentação teórica, existe uma tendência entre os autores, a referenciar ‘cocriação’ (e também co-produção e co-design) como um processo, que segundo Papinniemi (1999) pode ser definido como “ordenação específica de atividades ao longo do tempo e espaço, com começo, meio e fim, entradas e saídas claramente identificadas”, enquanto que ‘cocriação de valor’ teria maior identificação na relação cliente-fornecedor, sem ordenação específica do tempo e espaço, se referindo a um contexto e não um processo.

Assim como cocriação de valor, o termo ‘colaboração’ pode ser interpretado como um contexto, sendo que para ‘cocriação de valor’ acontece entre cliente e fornecedor, enquanto que a colaboração não determina quem são os indivíduos envolvidos.

Assim, para que um processo de cocriação aconteça, existe um contexto que pode ser colaborativo, ou seja um processo entre pessoas quaisquer, ou ainda em um contexto de cocriação de valor, existindo uma relação direta de colaboração entre cliente-fornecedor.

Um processo de cocriação colaborativo pode acontecer, por exemplo, quando alguns amigos se reúnem para fazer uma pizza, na qual cada pessoa envolvida fará parte de uma criação coletiva em um contexto colaborativo. Outro exemplo seria uma empresa convocando clientes para testar um protótipo de um novo produto, oportunizando que o cliente aponte melhorias no protótipo, categorizando uma espécie de criação simultânea entre cliente e funcionários da empresa, um contexto claramente de cocriação de valor.

3.6. Tipologia da Cocriação

Baseado nestas duas dimensões apresentadas, contexto e processo, procurou-se compreender quais são os tipos de cocriação existentes. Dois modelos tipológicos foram descobertos em pesquisa bibliográfica, o de O’Hern & Rindfleisch e o modelo de Pater.

O primeiro modelo é de O’Hern & Rindfleisch (2008) e é baseado no contexto de cocriação de valor com o cliente, cujo modelo é pautado levando em conta aspectos como a liderança da

atividade de seleção e a atividade de apresentação de novas contribuições ao processo (O'Hern & Rindfleisch, 2008).

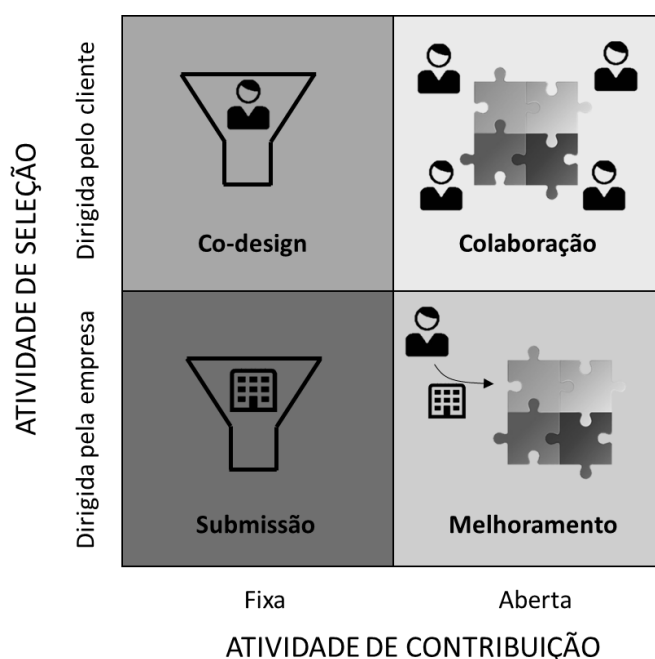


Figura 3.6 – Os 4 tipos de cocriação com clientes. Fonte: O'hern & Rindfleisch, 2008 (traduzido e redesenhado pelo autor).

Segundo este modelo, que reconhece o equilíbrio entre o controle e o empoderamento, os tipos e formatos das contribuições para o desenvolvimento de um novo produto podem variar entre ser fixadas por uma empresa ou ser totalmente aberta para a entrada do cliente. Já a seleção destas contribuições, ou atividades, podem ser dirigidas por uma empresa ou pelos próprios clientes.

Quatro dimensões surgem quando dispomos estes aspectos ao longo de duas dimensões: 'Co-design', 'Colaboração', 'Submissão' e 'Melhoramentos', e mesmo considerada como não exaustiva pelos autores do modelo, esta tipologia classifica um conjunto considerável de atividades de cocriação de valor (O'Hern & Rindfleisch, 2008).

Os principais ganhos do processo de 'Colaboração', que possui seleção de atividade dirigida pelo cliente e contribuição aberta, são redução dos custos de desenvolvimento e melhoria contínua do produto, sendo o principal desafio o de proteção da propriedade intelectual (O'Hern & Rindfleisch, 2008).

No outro lado, o extremo oposto da 'Colaboração', com seleção da atividade dirigida pela empresa e com contribuição fixa, o processo de 'Submissão' tem como pontos positivos o ciclo de desenvolvimento de produto mais curtos e o maior acesso a novas ideias dos clientes, e pontos negativos como o tempo de aquisição de conhecimento para novos co-criadores e a dificuldade em reter e motivá-los (O'Hern & Rindfleisch, 2008).

Com uma contribuição aberta e uma seleção dirigida pela empresa, o processo de ‘Melhoramento’ tem diferenciação reforçada e possibilidade de mercados de teste virtuais para novos produtos, com possíveis dificuldades em policiar os conteúdos de co-criadores desonestos ou podendo criar até novos concorrentes (O’Hern & Rindfleisch, 2008).

No quadrante oposto, o processo de ‘co-design’, que tem contribuição fixa e seleção das atividades dirigidas pelos clientes, pode enfrentar dificuldades como atração de uma massa crítica de designers e novos operadores no mercado, com pontos positivos como a redução dos custos de desenvolvimento e a diminuição do risco de falha do produto (O’Hern & Rindfleisch, 2008).

O segundo modelo tipológico analisado é o de Pater (2009) e compara tipos diferentes de cocriação, focando em aspectos como a abertura do processo de seleção dos participantes da cocriação e a responsabilidade e propriedade dos resultados e desafios ligados ao processo.

Ao contrário do primeiro modelo apresentado, esta representação (figura 4.4) está focada no conceito de cocriação, sem condicionar a relação empresa-cliente, como no contexto de cocriação de valor, e considera que sempre existe a figura de um iniciador, que pode ser uma empresa ou apenas uma única pessoa, que irá determinar quem são os outros contribuidores que podem se unir ao longo do processo (Pater, 2009).

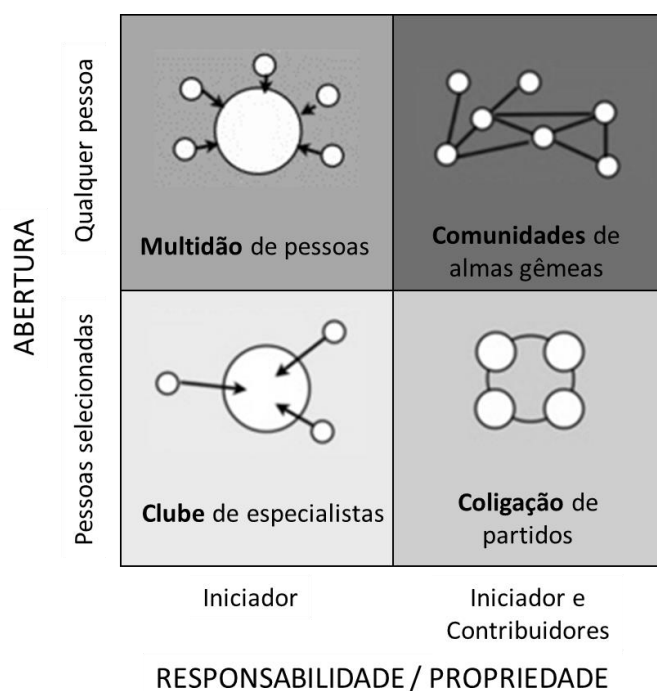


Figura 3.7 – Os 4 tipos de cocriação. Fonte: Pater, 2009 (traduzido e redesenhado pelo autor).

Segundo o modelo, se qualquer pessoa pode participar deste processo de cocriação, porém as responsabilidades e propriedades relacionadas a ele continuam sob custódia do iniciador, este processo é denominado de ‘Multidão de Pessoas’, ou ainda *crowdsourcing*, e tem como

objetivo ampliar o poder das massas, podendo levar mais tempo e sem a certeza de que as melhores pessoas irão contribuir (Pater, 2009).

No oposto desta abordagem, existe uma seleção dos contribuidores, compartilhando as responsabilidades e propriedades tanto com o iniciador como também com os contribuidores, sendo que este processo é chamado de ‘Coligação’, que normalmente acontece em situações complexas, na qual “cada uma das partes traz um ativo ou habilidade específica”, podendo gerar inclusive inovações técnicas, tendo como principais fatores de sucesso, a “partilha de conhecimentos e criação de uma vantagem competitiva comum” (Pater, 2009).

Normalmente encontradas quando se busca um bem maior, as ‘Comunidades’ são atribuídas quando se tem uma abertura para que qualquer pessoa participe e, tanto o iniciador quanto os contribuidores têm responsabilidade e propriedade neste processo, surgindo normalmente com grupos de pessoas com interesses e objetivos semelhantes (Pater, 2009).

No quadrante oposto, encontra-se o ‘Clube de Especialistas’ com seleção de participantes e com a responsabilidade e propriedade apenas do iniciador, sendo mais aproveitado para desafios muito específicos que demandam conhecimentos especializados. Neste contexto os contribuintes devem “atender a certos critérios de participação específicos e geralmente são encontrados através de um processo de seleção ativo”, no qual a qualidade e o entrosamento dos participantes direcionam o sucesso (Pater, 2009).

Estes dois modelos tipológicos apresentados auxiliam na caracterização de um processo de cocriação e/ou em um contexto de cocriação de valor.

3.7. Constelação de Atributos Teóricos para Cocriação

Para a construção de uma constelação de atributos teóricos para cocriação é necessário codificar quais são os aspectos caracterizadores da cocriação.

Ao analisarmos as abordagens de contexto e processo da cocriação de valor e da cocriação, respectivamente, fica evidente, que tanto o contexto como o processo são aspectos que caracterizam uma cocriação, devendo ser fundamentalmente levadas em consideração na construção do modelo teórico para cocriação.

Além destas duas palavras chaves, se considerarmos todas as definições de cocriação apresentadas na fundamentação teórica deste trabalho, percebemos que este processo não acontece com a ausência de pessoas, sendo assim, podemos considerar um terceiro aspecto caracterizador de uma cocriação.

Assim, fica definido, em um âmbito ainda generalista, que as palavras-chave “processo”, “contexto” e “pessoas” são considerados aspectos caracterizadores da cocriação.

Analisando os modelos tipológicos apresentados neste capítulo, bem como o aprofundamento do perfil dos co-criadores e o ambiente de cocriação, apresentadas na fundamentação teórica,

Para facilitar a organização, a origem de cada atributo específico é apresentada a seguir:

- Tanto os atributos gerais, como os atributos específicos aparecem nesta constelação de atributos a seguir.



MODELO TEÓRICO-PRÁTICO DE COCRIAÇÃO PARA VIVÊNCIAS: UM ESTUDO EXPLORATÓRIO DO DESIGN PARA VIVÊNCIAS
LUIZ MILECK // PPGDESIGN UFPR // 2014 - 2016 // P72

3.8. Modelo Teórico de Cocriação de Vivências

Baseado nas duas constelações de atributos teóricos é possível propor uma primeira versão do modelo teórico de cocriação de vivências.

Os atributos específicos resultantes são qualitativos e abertos, ou seja, não são quantificados e podem ter livre interpretação. A exceção encontra-se no atributo geral de processo na cocriação, no qual optou-se por apresentar os atributos específicos fechados, ou seja, com as restrições de escolha conforme apresentadas nos modelos tipológicos, porém mantendo-se o caráter quantitativo.

As definições dos atributos gerais ou específicos apresentadas neste modelo têm origem nas conceituações da fundamentação teórica ou da pesquisa bibliográfica teórica. No caso em que as definições não estavam disponíveis, buscou-se definir ou a própria palavra ou a raiz da palavra usando um dicionário português *online* Michaelis.

Tabela 3.2 – Modelo teórico de cocriação de vivência. Fonte: Elaborado pelo autor.

Vivência	Plenitude	<ul style="list-style-type: none"> • Estética: A vivência não pode ser determinada racionalmente, conferindo “uma dimensão estética”, devendo “ser unicamente experimentado, ou melhor, ‘sentido na pele’ (Viesenteiner, 2013). • Sentimento: Vivência é caracterizada como sentimento ou “Pathos”, um contraconceito da razão que significa padecimento em oposição a ação (Viesenteiner, 2013). • Ausência de consciência: Vivência é completamente inconsciente e acompanha o fluxo daquilo que vai acontecendo, enquanto que a reflexão impõe uma parada de movimento, uma ruptura e destruição da vivência (Seibt, 2012).
	Significabilidade	<ul style="list-style-type: none"> • Intensidade: “o que é vivenciado deve ter uma intensidade de tal modo significativa, cujo resultado confere uma importância que transforma por completo o contexto geral da existência” (Viesenteiner, 2013). • Intencionalidade: “No âmbito da teorização não se vive mais na vivência, mas ela se coloca lá, aí, diante, cria um intervalo dentro da própria vivência, que a divide em polos que se põem um diante do outro, como conhecedor e conhecido, como sujeito e objeto. Isso só é possível se a vivência é extraída do seu vivo fluxo de realização, o que significa que ela se orienta intencionalmente” (Seibt, 2012). • Evento: “O vivenciar não é um processo que passa por mim e que eu posso representar como um objeto”, e neste sentido, “podemos compreender a vivência intencional como evento sendo o processo apenas uma pálida reminiscência do evento” (Fernandes, 2010).
	Imediatez	<ul style="list-style-type: none"> • Impacta a realidade: “O mundo, o mundo das coisas e o mundo das pessoas, o mundo do real e do ideal, enfim, o todo do ente só se nos faz acessível, só se nos dá, a partir de nossas vivências” (Fernandes, 2010). • Impacta o indivíduo: “No vivenciar, eu aconteço e, por outro lado, acontece algo comigo”. “toda vivência é sempre ‘minha’ vivência exclusivamente individual, e isso significa ‘não apenas que eu sinto, mas também que eu incondicionalmente sinto’” (Heidegger, 1987, apud Fernandes, 2010). • Ausência de legado: “vivência tem o caráter de ligação imediata com a vida”, e deste modo não é possível se vivenciar algo “através do legado de uma tradição e nem através de algo de que ‘se ouviu falar’” e por isso “o caráter de ‘imediatez’ da vivência com a vida” (Viesenteiner, 2013).
Cocriação	Processo	<ul style="list-style-type: none"> • Atividade de seleção - Dirigida pelo Cliente: A cocriação é feita através da atividade de seleção pelo cliente (1). • Atividade de seleção - Dirigida pela Empresa: A cocriação é dirigida pela empresa. (1) • Contribuições com formato – Fixo: As contribuições são definidas e possuem formato fixo. (1) • Contribuições com formato – Aberto: As contribuições não são definidas permitindo inclusões abertamente (1). • Abertura - Qualquer pessoa: O processo de cocriação é aberto para que qualquer pessoa possa participar (2). • Abertura - Existe seleção: O processo de cocriação não é aberto e acontece após um processo de seleção (2). • Responsabilidade/propriedade - Apenas Iniciador: As responsabilidades, assim como a propriedade da criação, ficam apenas com o iniciador do processo (2). • Responsabilidade/propriedade - Iniciador + contribuidores: As responsabilidades, assim como a propriedade da criação, são divididas com todos os contribuidores, bem como com o iniciador do processo (2).
	Pessoas	<ul style="list-style-type: none"> • Interessados: (Interesse) Sentimento que acompanha a atenção dirigida para um conteúdo específico (DM). • Confiáveis: (Confiança) Segurança íntima com que se procede. Crédito, fé. Boa fama. Segurança e bom conceito. Esperança firme. Familiaridade (DM). • Comprometidas: Comprometimento: Ação de comprometer, empenhar, envolver-se em uma responsabilidade funesta (DM). • Comunicativas: Comunicação: Ação, efeito ou meio de comunicar. Processo pelo qual ideias e sentimentos se transmitem de indivíduo para indivíduo, tornando possível a interação social (DM).
	Contexto	<ul style="list-style-type: none"> • Integração: Ato ou processo de integrar; incorporação, complemento. Condição de constituir um todo pela adição ou combinação de partes ou elementos. Ajustamento recíproco dos elementos constitutivos de uma dada cultura de modo a formar um todo equilibrado (DM). • Motivação: Ato de motivar. Processo de iniciação de uma ação consciente e voluntária (DM). • Coordenação: Ação ou efeito de coordenar. Disposição ou classificação na mesma ordem. Colaboração harmoniosa de partes e sequência normal de funções (DM). • Confiável: (Confiança) Segurança íntima com que se procede. Crédito, fé. Boa fama. Segurança e bom conceito. Esperança firme. Familiaridade (DM). • Compartilhamento acessível: De fácil acesso. A que se pode chegar; aproximável. Que se pode alcançar, conseguir ou possuir. Compreensível, inteligível (DM).

LEGENDA FONTES: Elaborada pelo autor a partir de (1) O’Hern & Rindfleisch, 2008; e (2) Pater, 2009; (DM) Dicionário da língua portuguesa MICHAELIS

4. MODELAGEM PRÁTICO-ANALÍTICA

Este capítulo continua apresentando os atributos de uma vivência e de uma cocriação, porém desta vez, apresenta os atributos práticos originados a partir de entrevistas de uma pesquisa de campo que são apresentadas a seguir juntamente com seus resultados e análises.

4.1 Método

Esta segunda fase tem como objetivo selecionar os “co-criadores de vivência”, caracterizar os modelos de cocriação para vivências atuantes no mercado e verificar quais se aplicam à cocriação de vivências. Estes objetivos foram divididos em três etapas.

Esta fase se aproxima de uma pesquisa de campo, pois objetiva conseguir informações acerca de um problema através da coleta de dados em uma observação de fenômenos que ocorrem espontaneamente (Prodanov, 2013).

A pesquisa de campo consiste na observação de fatos e fenômenos tal como ocorrem espontaneamente, coletando dados e registrando variáveis relevantes para analisá-los (Prodanov, 2013). Por se tratar de uma pesquisa de abordagem qualitativa, o estudo de campo é bem-vindo, uma vez que “procuram muito mais o aprofundamento das questões propostas do que a distribuição das características da população segundo determinadas variáveis” (Gil, 2008, apud Prodanov, 2013). Como consequência, segundo Prodanov (2013), “o planejamento do estudo de campo apresenta muito mais flexibilidade, podendo ocorrer mesmo que seus objetivos sejam reformulados ao longo do processo de pesquisa”.

A primeira etapa (seleção) selecionará a amostra dos participantes, chamados de “co-criadores de vivência”, para que, na segunda etapa (exploração) seja feita uma coleta de dados de informações práticas relacionadas a cocriação de vivências, com o objetivo de identificar modelos práticos existentes no mercado, bem como as características de vivência e cocriação que profissionais do mercado descrevem. Estes modelos serão analisados na terceira etapa (análise) através de um estudo analítico (assim como na primeira fase teórica) no qual, tem como objetivo final, criar um modelo prático de cocriação para vivências.

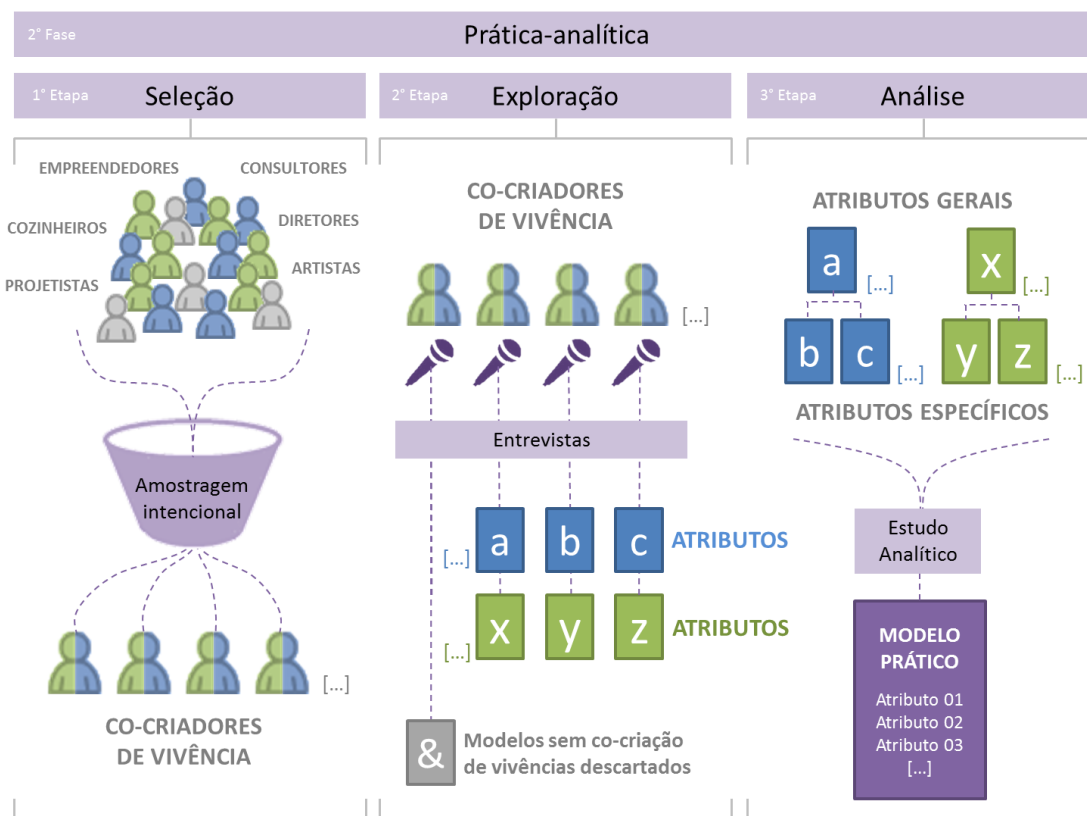


Figura 4.1 – Quadro resumo da Fase 02: Prática-Analítica. Fonte: Elaborado pelo autor.

i. Seleção dos participantes

Na primeira etapa, serão selecionados participantes que estarão presentes na etapa 2. Esta seleção ocorrerá de forma intencional, ou seja, a seleção dos respondentes seguiu o critério de amostragem não aleatório, podendo ser considerada uma amostra por conveniência (Fink, 1995; Freitas et al., 2000; Hair Jr. et al., 2005, apud Castro e Carvalho, 2010).

Nesta fase é fundamental que os participantes escolhidos sejam pertinentes ao objeto do estudo, ou seja, sejam co-criadores de vivência, pois esta seleção garantirá que os modelos adotados por estes participantes estejam dentro do escopo do projeto.

Estas pessoas serão denominadas de “co-criadores de vivência” e, apesar de terem experiências práticas com o problema pesquisado, não serão retratadas como especialistas. Entende-se por especialista, um título dado a uma pessoa que se ocupa exclusivamente de um ramo particular de uma ciência ou de uma arte nos quais sejam profissionais que concluem curso lato sensu nas referidas áreas (Wikipédia, 2014). Esta seleção está baseada em focar as escolhas principalmente na experiência prática dos participantes e não necessariamente por terem titulação comprobatória, conforme demanda a denominação de “especialistas”.

Estabeleceu-se então os critérios para inclusão dos participantes. Eles devem participar de processos de cocriação, bem como objetivar a criação de vivências. Busca-se ainda como perfil

para os participantes, os que atuam no Brasil há mais de dois anos, sem necessidade de graduação formal.

A grande dificuldade nesta seleção está no fato de que a quase totalidade das pessoas que co-criam vivências não se auto-entitularem desta forma, ou ainda, por desconhecerem o profundo significado do termo “vivência”. Uma primeira tentativa de encontrar estes participantes foi através do método de amostragem por julgamento, relacionando pessoas que, segundo o próprio autor desta pesquisa, atenderiam tal critério. Outra forma encontrada foi a de procurar pessoas que identificavam suas atividades com palavras relacionadas às palavras chaves (“vivência” e “cocriação”), como “experiência” e “colaboração”.

Ainda assim, devido à dificuldade em identificar estes indivíduos, a amostra inicial foi expandida pelo método de amostragem bola de neve, que visa ampliar a quantidade da amostra incentivando os participantes já selecionados a indicar outras pessoas que se enquadram nos critérios estabelecidos (Fink, 1995; Freitas et al., 2000; Hair Jr. et al., 2005, apud Castro e Carvalho, 2010).

Acredita-se que, ao encontrar diferentes perfis de atuação, uma organização por grupos seja necessária, e ela será feita por áreas de atuação, como por exemplo, participantes que trabalham com Internet, escolas, teatro, cinema, gastronomia, entre outras áreas. Esta organização em grupos visa apenas facilitar a compreensão do leitor da pesquisa, uma vez que não objetiva qualquer análise de comparação entre membros internos ou externos dos grupos.

ii. Técnicas de Coleta

Uma vez selecionadas as pessoas, inicia-se uma segunda etapa, exploratória, que busca conhecer e compreender os modelos de cocriação para vivências utilizados por estas pessoas, através de uma descrição feita por elas mesmas, em uma entrevista semi-estruturada. Esta entrevista contará com perguntas que objetivam conhecer o perfil de cada participante, seu modo operante no momento da criação, e seus significados conceituais de vivência e cocriação.

O uso de entrevistas é uma boa técnica para ser aplicada, principalmente pela facilidade de aplicação, pois se trata de uma técnica realizada face a face buscando a descrição verbal de informantes (Prodanov, 2013). Para isso, uma entrevista semi-estruturada será utilizada, pois, segundo Andrade (1990), parte de um roteiro preestabelecido, que serve basicamente para padronizar a entrevista de todos os informantes, a fim de facilitar a comparação dos dados. A entrevista trata-se de uma técnica de observação direta intensiva muito empregada, e, embora não seja a mais fácil de ser aplicada e exija preparação e muita habilidade do entrevistador, constitui um instrumento eficaz na obtenção de dados fidedignos para uma pesquisa (Andrade, 1990). Prodanov (2013) confirma, estabelecendo que, a entrevista estruturada segue um roteiro preestabelecido, normalmente ocorrendo a partir de um formulário elaborado com antecedência (Prodanov, 2013).

iii. Procedimentos de Coleta

Uma vez escolhidos os co-criadores de vivência, estes serão entrevistados, através de uma entrevista semi-estruturada como explicada no item anterior, com a ajuda de um gravador.

Esta entrevista é dividida três partes. A primeira parte contém perguntas para caracterizar o perfil do entrevistado, como nome, idade, formação, local de trabalho e a quanto tempo ele exerce tal função.

Então, a segunda parte contém perguntas pertinentes ao modo operante da criação propriamente dita, objetivando compreender como é seu processo de criação. Algumas perguntas que estão contidas nesta parte são: qual é o objeto final de criação? O que é essencial para você alcançar este objetivo? Como funciona seu processo de criação? Vantagens e desvantagens de se criar em grupo? Em nenhum momento antes das entrevistas as palavras “cocriação” e “vivência” serão enfatizadas para evitar qualquer influência nas respostas dos participantes.

Por fim, a terceira parte se permite entrar em significados mais conceituais para o entrevistado, perguntando por exemplo qual é, para a pessoa, o significado em uma situação prática das palavras “vivências” e “cocriação”, e também se os participantes acreditam que co-criam vivências. Esta última parte tem como objetivo perceber como na prática estas pessoas percebem a cocriação de vivências.

Todas as entrevistas serão transcritas para que os modelos práticos de cocriação sejam identificados.

Entrevistas que contenham respostas que indiquem que o participante não cumpre qualquer um dos dois critérios de escolha dos co-criadores de vivência (participar de processos de cocriação e objetivar criação de vivências) serão descartadas, e não serão levadas em conta no processo de análise dos dados. Este mecanismo funciona como um duplo filtro na fase 2, impedindo que qualquer modelo que não contenha ou cocriação ou vivência prossiga na análise.

iv. Análise dos Dados

Passadas as duas primeiras etapas de coleta de dados, a terceira etapa da fase 2 (prática-analítica) busca fazer uma análise dos modelos práticos de cocriação de vivências, a fim de extrair os principais aspectos que caracterizam a compreensão prática de vivência e cocriação pelos participantes. O objetivo final desta análise é extrair um MODELO PRÁTICO.

Para esta análise de dados será utilizado a mesma sistemática do estudo analítico descrita na etapa 3 da fase 1 deste trabalho, com a técnica da Constelação de atributos. Nesta etapa os círculos vazios, que representam os atributos práticos, aparecem.

4.2. Exploração prática preliminar

Segundo Gil (2002), para uma pesquisa de campo, tanto a especificação dos objetivos quanto a seleção dos participantes, bem como a estratégia para coleta de dados “costumam ser definidas somente após exploração preliminar da situação”.

Nesta pesquisa de campo, a especificação dos objetivos para a Pesquisa de Campo foi definida, com certa clareza, já na metodologia, e consiste em mapear atributos referentes a prática de cocriação e de vivência, e preferencialmente, de cocriação de vivência.

Para alcançar este objetivo, o projeto inicial da Pesquisa de Campo prevê uma exploração preliminar, que segundo Gil (2002), é uma etapa de “investigação informal e relativamente livre”.

Para se obter “entendimento dos fatores que exercem influência na situação que constitui o objeto de pesquisa” (Gil, 2002) criou-se um roteiro de entrevista preliminar, que inicialmente foi pensado e construído apenas para testar tanto a metodologia de coleta de dados da Pesquisa de Campo quanto o roteiro de entrevistas propriamente dito.

Uma vez percebido o sucesso da metodologia empregada para a coleta de dados, e a necessidade de apenas alguns ajustes no roteiro das entrevistas, buscando deixá-lo mais direto e menos aberto, facilitando assim a obtenção de respostas mais precisas, a fase teste projetada para a exploração preliminar passou a ser chamada de primeira fase das entrevistas, e teve seus resultados incluídos nesta pesquisa.

A seleção dos participantes, o protocolo de coleta de dados e seus respectivos resultados serão apresentados nos subcapítulos a seguir.

4.3. Seleção dos Participantes

Para as entrevistas da pesquisa de campo foram selecionados, de forma intencional, oito participantes que, além de se destacarem em suas funções, co-criam vivências, o critério principal para esta seleção.

A seleção de todos os entrevistados se deu a partir da descoberta dos empreendimentos, serviços ou eventos criados e/ou executados pelos mesmos. Todos os participantes selecionados têm como atividade principal o desenvolvimento de projetos de vivências e/ou a execução de vivências, o que na maioria das vezes não é reconhecida ou descrita por este termo. Em ambas as situações, projeto ou execução, são co-criadas, em diferentes abordagens e intensidades.

Os participantes possuem variados níveis de formação, desde não graduados até doutores, e desempenham suas funções em diversas áreas de atuação, desde empresários até professores. Os participantes serão chamados neste trabalho pelas iniciais dos nomes e sobrenomes, para manter seu anonimato.

As entrevistas ocorreram em duas etapas, a primeira em São Paulo, entre os dias 22 a 25 de novembro de 2015, com quatro entrevistas e a segunda em Curitiba, entre os dias 17 de agosto a 23 de outubro de 2015, com outras quatro entrevistas. Os motivos da existência das duas etapas serão apresentados no próximo subcapítulo.

Tabela 4.1 – Quadro resumo dos entrevistados. Fonte: Elaborado pelo autor.

Nome	DH	RM	IA	WM
Idade	27 anos	34 anos	39 anos	33 anos
Formação	Administração, Mestrado em Economia	Gastronomia	Gastronomia	Sem formação formal
Local	São Paulo, SP	São Paulo, SP	São Paulo, SP	São Paulo, SP
Empresa	Plataforma de crowdlearning	Restaurante Premiado	Restaurante de imigração	Coworking
Nome	NB	RG	DV	JM
Idade	40 anos	35 anos	38 anos	49 anos
Formação	Publicitário Cursos de fotografia	Letras, Pós em Design de interação e investigação apreciativa	Turismo, MBA Gestão de Projetos	Graduação, Mestrado e Doutorado em Design,
Local	Curitiba, PR	Curitiba, PR	Curitiba, PR	Curitiba, PR
Empresa	Evento criativo na Escola de fotografia	Método de aprendizagem	Organização de eventos	Professor e organizador do encontro de

Todas as entrevistas da primeira etapa foram pré-agendadas com os participantes por e-mail ou telefone com no mínimo um mês de antecedência, através de uma carta-convite, apresentando poucas informações sobre o tema “cocriação de vivências”. A carta iniciava-se com uma breve apresentação, seguida do objetivo do contato, descrito na carta como “pretende-se com esta pesquisa, analisar como é feito o processo criativo e colaborativo para a criação de um evento, serviço ou experiência”, e finalizando com o objetivo da pesquisa, descrito na carta como “objetivo principal é a criação de um modelo de cocriação de vivências”. Nenhum dos quatro integrantes tinha contato próximo ao pesquisador, e todos foram selecionados a partir de buscas na Internet.

A primeira entrevistada será chamada de CH, é mulher, tem 27 anos, formada em administração e mestre em economia, é uma das sócias há pelo menos 3 anos de uma plataforma de *crowdlearning*, que propõe ajudar a promover encontros, e trabalhava em um *co-working* aberto na cidade de São Paulo. A seleção da participante CH foi indicação de uma colega, comum ao pesquisador, que também trabalhava no mesmo *co-working* aberto, uma das primeiras e mais conhecidas iniciativas de espaço colaborativo e aberto do país. O local serviu como ponto de partida para o início da seleção dos participantes e inspirou o pesquisador a procurar iniciativas de cocriação de vivências.

A segunda entrevista aconteceu dentro de uma cozinha laboratório, que é definido pelo RM, *chef* de cozinha e sócio de restaurantes premiados na cidade de São Paulo, como um “lugar para

as pessoas que trabalham no restaurante se desenvolverem, e também um espaço voltado para o mercado”. O segundo entrevistado é um homem, tem 34 anos, formação em gastronomia, e acompanha o desenvolvimento do empreendimento há mais de 21 anos, dos quais está no comando por 10 anos.

A terceira entrevista também foi feita também com um *chef* de cozinha, nomeado neste trabalho como IA, sócio de um restaurante de comida autoral de imigração paulista, que fica em São Paulo, homem, de 39 anos e formado em gastronomia. Ele também se dedica na gestão de um segundo restaurante, com serviço mais despojado, e ao reality show de cozinha no canal à cabo, GNT.

O quarto entrevistado, WM, empreendedor, homem de 33 anos, sem graduação formal, porém com experiência profissional como designer e diretor de arte. É proprietário há pelo menos dois anos de um *co-working* da cidade de São Paulo, além de outros espaços colaborativos focado em gastronomia e em aprendizagem.

Para a segunda etapa, as outras quatro entrevistas foram pré-agendadas com os participantes por e-mail ou telefone, sem período de antecedência mínimo significativo e sem o uso da carta-convite, como na primeira etapa. Dois dos quatro participantes eram conhecidos do pesquisador, e os outros dois foram selecionados a partir de indicações de colegas em comum.

O quinto entrevistado foi NB, homem de 40 anos, graduado em Publicidade e Propaganda, com dezenas de cursos de fotografia, é proprietário da escola de fotografia com 17 anos de mercado em Curitiba. Desenvolve um evento anual com inúmeras iniciativas culturais com grande troca entre artistas de diversas áreas, já em sua segunda edição.

O sexto entrevistado foi RG, homem, 35 anos, formado em Letras com diversas pós-graduações, como Design de Interação e Instigação Apreciativa. Desenvolveu, ao longo de 10 anos, um método no qual se baseia para a construção de suas palestras, workshops e mentorias. Também é sócio de uma editora de livros e é conhecido direto do pesquisador.

A sétima participante também é conhecida direta do pesquisador, e se chama DV. Ela tem 38 anos, é mulher, formada em Turismo e com MBA em Gestão de Projetos, além de possuir diversos cursos na área gastronômica, como *chef* de cozinha, *bartender* e *sommelier* de vinhos. Ela é sócia da empresa de eventos gastronômicos há pelo menos 4 anos, e projeta e executa vários formatos de eventos gastronômicos. Também é conhecida do autor.

O oitavo entrevistado, JM, ilustrador e professor na Universidade Tecnológica Federal do Paraná, a UTFPR, e possui graduação, mestrado e doutorado na área de Design. Ele é um dos fundadores do grupo que reúne ilustradores e entusiastas em pontos da cidade de Curitiba.

4.4. Protocolo da Coleta de Dados

Para a coleta de dados foi escolhida a entrevista semi-estruturada dividida em três partes. A primeira parte contém perguntas para caracterizar o perfil do entrevistado. A segunda parte contém perguntas pertinentes ao modo operante da criação propriamente dita, objetivando

compreender como é seu processo de criação. E, por fim, a terceira parte finaliza o interrogatório com perguntas conceituais com o objetivo de perceber como, na prática, os entrevistados compreendem os termos “cocriação” e “vivências”.

Antes de cada entrevista, era feita uma pequena introdução, com o objetivo de apresentar o tipo de entrevista, semi-estruturada, que seria feita, os três objetivos que o pesquisador estava buscando, com perguntas sobre o perfil, o processo e os conceitos, e também o devido sigilo quanto aos resultados obtidos naquela pesquisa, que seriam utilizados somente para a pesquisa de mestrado.

A primeira fase tinha quinze perguntas diretas, e mais cinco perguntas de apoio, que somente seriam utilizadas no caso de insucesso das perguntas diretas.

Para a segunda fase, existiu uma modificação nas perguntas do questionário. Foi levado três pontos importantes para que estas modificações fossem necessárias:

- Incluiu-se perguntas diretamente relacionadas com os tipos de cocriação de O’Hern & Rindfleisch e o modelo de Pater, apresentadas no capítulo do modelo teórico analítico deste trabalho;
- Incluiu-se perguntas diretamente relacionadas aos aspectos caracterizadores de vivência e cocriação, resultado da fundamentação teórica.
- Perguntas que soaram ambíguas e/ou confusas na primeira fase das entrevistas foram excluídas, ou se transformaram em duas perguntas, ou ainda, foram ligeiramente alteradas, sem que o objetivo fosse perdido.

A segunda fase tinha vinte e três perguntas diretas, e mais quatro perguntas de apoio, que somente seriam utilizadas no caso de insucesso das perguntas diretas.

Segue a seguir, na íntegra, as perguntas utilizadas na primeira fase e na segunda fase, lado a lado para que a comparação seja facilitada.

Todas as entrevistas foram presenciais, gravadas, transcritas e apresentadas em Representações Gráficas de Síntese, ou RGS, que são “artefatos visíveis bidimensionais estáticos criados com o objetivo de complementar a informação escrita em textos acadêmico-científicos” (Padovani, 2012). Estas RGS foram enviadas aos entrevistados para eventuais análises e contribuições.

Em ambas as fases, o roteiro de entrevistas deu ênfase ao processo criativo de cada participante com dois objetivos principais. O primeiro era manter o entrevistado o maior tempo possível dentro de sua zona de conforto e extraíndo, através das perguntas, informações compatíveis com seu dia-a-dia e sobre seu processo criativo; E o segundo era conseguir, com perguntas mais precisas, porém sem sair do âmbito geral do processo criativo, o entendimento das possíveis co-criações de vivências executadas pelo entrevistado, e que seriam confirmados posteriormente com as perguntas de conceituação dos termos de pesquisa (terceira etapa).

Tabela 4.2 – Perguntas dos questionários feitos na primeira e segunda fase das entrevistas. Fonte: Elaborado pelo autor.

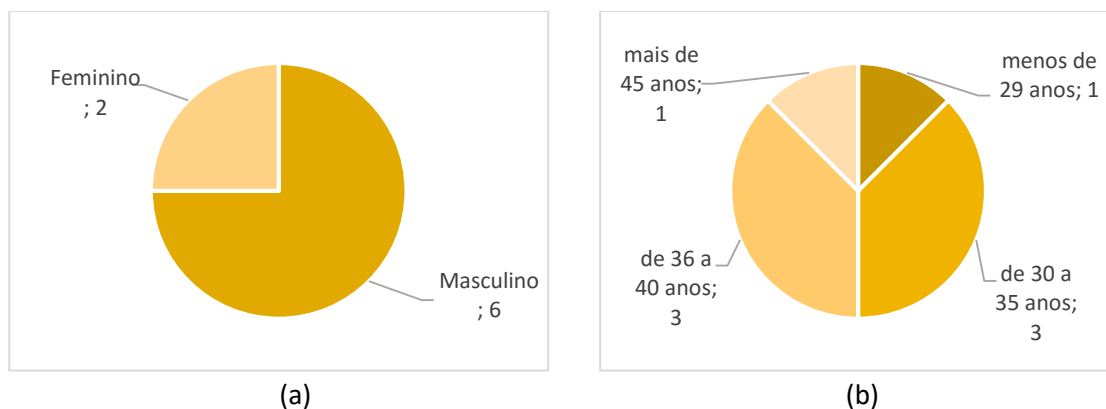
Primeira fase (São Paulo-SP)	Segunda fase (Curitiba-PR)
Perfil do entrevistado <ul style="list-style-type: none"> Local: Criador: Idade: Formação: Quanto tempo: 	Perfil do entrevistado <ul style="list-style-type: none"> Local: Criador: Idade: Formação: Quanto tempo cria: Qual sua trajetória:
Criação (objetivo é compreender como é o processo de criação) <ul style="list-style-type: none"> Qual é o objeto final de criação? <ul style="list-style-type: none"> i. O que você busca? Qual é seu foco? O que é mais importante? O que é essencial para você alcançar este objetivo? (local ou pessoas ou etc...) Explique como funciona seu processo de criação? <ul style="list-style-type: none"> i. Quantas vezes as palavras “vivência” e “cocriação” aparecem no discurso. ii. (Se não ficou claro), qual é a abordagem usada: colaboração ou cocriação? Se colaboração, como vocês fundem as coisas depois? iii. Sempre foi assim seu processo ou existiram algumas mudanças no decorrer da sua experiência? Qual é a sua equipe de criação? Descreva o seu local de criação? Quais são as ferramentas de criação que você usa? Porque você cria em grupo? <ul style="list-style-type: none"> i. Quais são as vantagens e desvantagens de se criar em grupo? 	Criação (objetivo é compreender como é o processo de criação) <ul style="list-style-type: none"> Qual é o resultado final de criação? <ul style="list-style-type: none"> i. Produto, Serviço, Evento, Ambiente, ... O que você busca: um resultado prático concreto ou um resultado subjetivo intangível? Porque? O que é essencial para você alcançar este resultado? <ul style="list-style-type: none"> i. Local, Pessoas, Explique como funciona seu processo de criação? Como acontece o início do processo de criação: inquietação interna ou demanda externa? Com relação a abertura, qualquer pessoa pode participar ou existe um processo de seleção? Com relação a propriedades e responsabilidades, ela é restrita aos iniciadores do processo ou é compartilhada também com os contribuidores? Com relação a seleção de atividades, ela é dirigida pela empresa ou pelo cliente? Com relação a contribuição de atividades, ela é fixa ou aberta? Seu processo de criação sempre foi como acabou de descrever? Qual é a sua equipe de criação? Descreva o seu local de criação? Quais são seus suportes de criação? <ul style="list-style-type: none"> i. Técnicas, Dinâmicas, Ferramentas, ... Você citou as seguintes vantagens (citar vantagens). Tem alguma desvantagem de se criar em grupo?
Conceitos (objetivo é perceber como na prática as pessoas percebem a cocriação de vivências) <ul style="list-style-type: none"> O que significa para você, em uma situação prática, a palavra “vivência”? O que significa para você, em uma situação prática, a palavra “cocriação”? Você acredita que você co-cria vivências? <ul style="list-style-type: none"> i. Quantas vezes as palavras “vivência” e “cocriação” aparecem no discurso. 	Conceitos (objetivo é perceber como na prática as pessoas percebem a cocriação de vivências) <ul style="list-style-type: none"> O que significa para você a palavra “vivência”? Você já criou uma vivência ou conhece alguém que já criou? Detalhe em um exemplo. <ul style="list-style-type: none"> i. Existem características de Plenitude, Caráter imediato e Significabilidade? O que significa para você a palavra “cocriação”? E no que esta abordagem se diferencia de outras formas de criação. Detalhe em um exemplo.

4.5. Resultados da Coleta de Dados

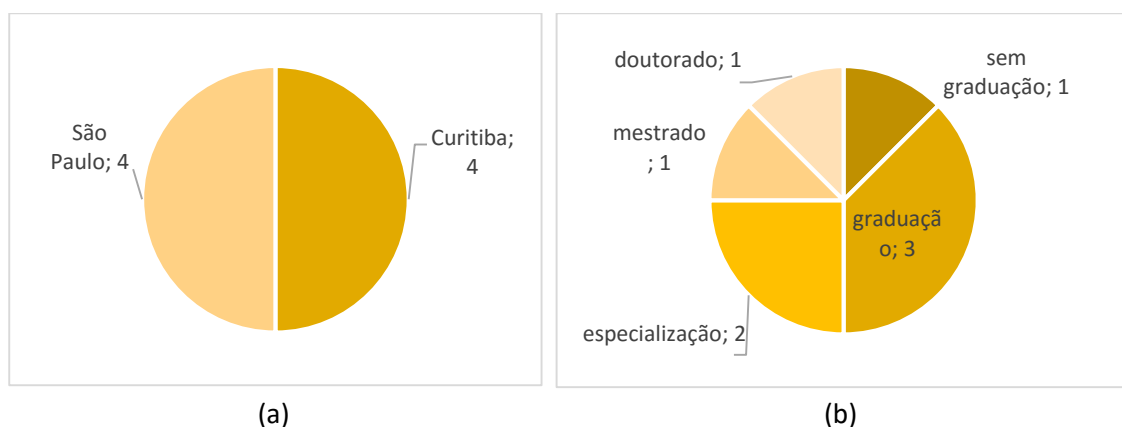
Seguindo a mesma divisão feita na entrevista, primeiramente é apresentado um perfil dos participantes, seguido pelos resultados referentes ao modo operante da criação propriamente dita, aqui denominado processo criativo, e por fim, a terceira parte apresenta a conceituação prática da compreensão dos termos “cocriação” e “vivências” pelos entrevistados.

i. Perfil dos participantes

Todos os participantes (criador) responderam sobre o local onde trabalhavam, qual sua idade e formação, há quanto tempo cria e qual a trajetória do entrevistado. Seguem a seguir os dados compilados e breve análise dos resultados:



Gráficos 4.1 e 4.2 – Perfil do sexo dos entrevistados (a) e Perfil da idade dos entrevistados (b). Fonte: Elaborado pelo autor.

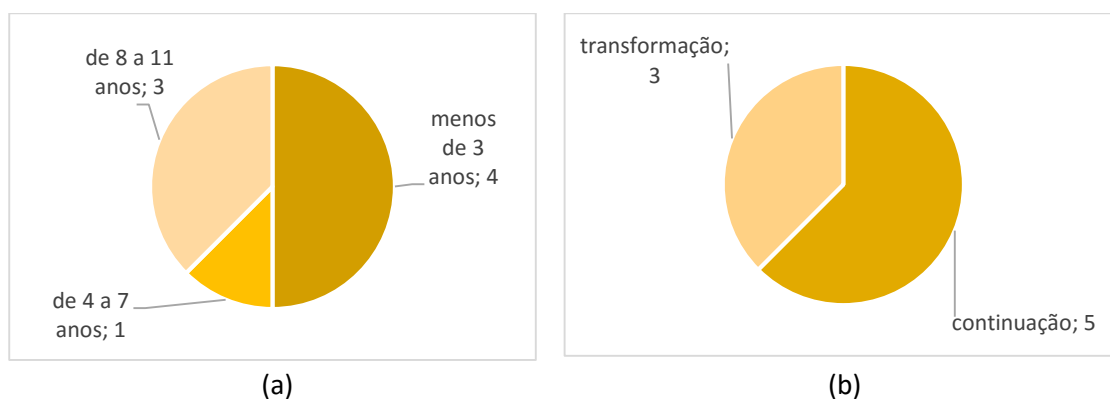


Gráficos 4.3 e 4.4 – Perfil do local de criação dos entrevistados (a) e perfil da formação dos entrevistados (b). Fonte: Elaborado pelo autor.

Os entrevistados foram majoritariamente homens, correspondendo seis do total dos entrevistados, com idade de 30 a 40 anos, correspondendo três entrevistados entre 30 a 35 anos e três entrevistados entre 36 a 40 anos, divididos igualmente entre as cidades de São Paulo e Curitiba, cada um com quatro entrevistados.

Com relação a formação, foram considerados nesta compilação os atuais níveis de formação de cada entrevistado, que se dividem principalmente entre graduados e com especialização, com um total de três participantes com graduação e dois com nível de especialização respectivamente.

Ao serem perguntados há quanto tempo cada entrevistado exercia o processo criativo, as respostas foram, em sua maioria, referentes a todo o período de vida profissional do entrevistado. Ao perceber esta reação, o pesquisador requisitou também qual era o período de criação referente apenas a atividade da empresa, do serviço ou do evento em foco da entrevista. As respostas estão compiladas abaixo.



Gráficos 4.5 e 4.6 – Perfil do período de criação dos entrevistados (a) e perfil da trajetória dos entrevistados (b). Fonte: Elaborado pelo autor.

Percebe-se que a maior parte dos entrevistados, metade, tem entre menos de 3 anos de carreira criativa referente a empresa, serviço ou evento focalizado na entrevista. Outros três entrevistados possuem entre 8 a 11 anos.

A pergunta referente a trajetória de cada candidato estava apenas na segunda fase das entrevistas, o que representa apenas metade dos participantes. Porém, percebe-se ao longo das entrevistas, que todos os participantes contextualizaram sua trajetória desde sua formação até a atuação na empresa, serviço ou evento foco das entrevistas.

Optou-se por compilar os resultados segundo uma abordagem de trajetória continuada, ou seja, que desde a formação até a sua atuação a trajetória é linearmente no mesmo contexto, o que representou a maioria com cinco entrevistados. Ao contrário, correspondendo a três entrevistados, a trajetória de transformação representa uma “virada” se compararmos o contexto de formação com a área atual de criação dos participantes.

ii. Processos Criativos

O processo criativo usado na Plataforma *crowdlearning*, da qual, CH, a primeira entrevistada faz parte, pode ter diferentes objetivos como por exemplo construir um serviço externo dentro da plataforma, ou ainda, algo específico como a cocriação do design do novo site, ou ainda para criar o processo de um novo serviço.

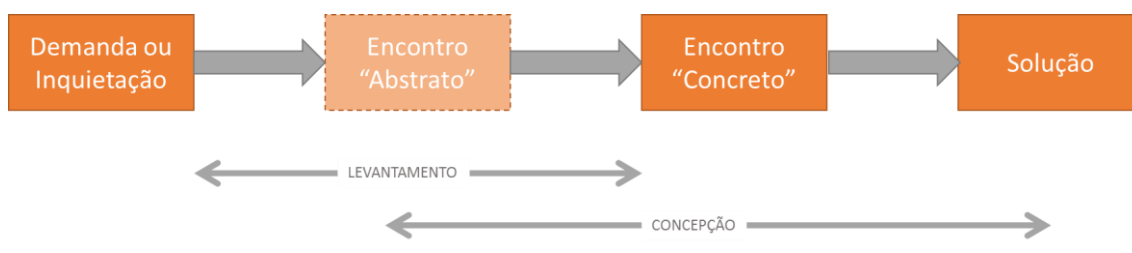


Figura 4.2 – Processo criativo da empreendedora na plataforma de *crowdlearning* (primeira entrevista). Fonte: Elaborado pelo autor.

O processo de criação se inicia com uma demanda, que pode ser interna ou externa, e é seguida por uma etapa de maturação da ideia, que permanece viva até que os objetivos estejam concretos. Durante esta etapa, encontros são promovidos com o objetivo de expandir esta demanda inicial, e são preparados anteriormente com trocas de referência, e-mails e conversas. Estes primeiros encontros, mais abstratos, são ocasionais e acontecem somente se a demanda não está concretamente definida.

Segundo CH, “normalmente a vontade nasce de uma pessoa, e nós trocamos e-mails e conversamos bastante antes de fato uma reunião acontecer, tem um tempo de maturação”. Com a ideia da demanda mais tangível, e quando existe falta da competência interna, ou desejo de interação com usuários, ou até mesmo necessidade de validação prática, um ‘chamamento’, que é definido pela entrevistada como um anúncio para promover um encontro com pessoas externas, é realizado.

Este encontro, mais concreto, sempre se inicia com a apresentação da demanda, seguido por contribuições abertas dos participantes convidados através do ‘chamamento’. Deste encontro, que pode ou não ter intervenção de um facilitador gráfico, saem registros com encaminhamentos e responsáveis.

A fase final, o seguimento, onde as ideias concretas começam a se transformar em metas materializadas, é considerada a fase mais difícil pela entrevistada, uma vez que não existe seguimento dirigido internamente pela empresa quando a demanda surge externamente, e assim, não se sabe qual é o limite para interferir no processo aberto que agora possui pessoas externas participando.

Para o segundo entrevistado, o processo criativo usado no restaurante premiado de São Paulo busca criar novas referências e novos clássicos para a gastronomia brasileira, como por exemplo

um de seus pratos citados na entrevista, que já foram replicados, segundo ele, por centenas de restaurantes dentro e fora do Brasil.

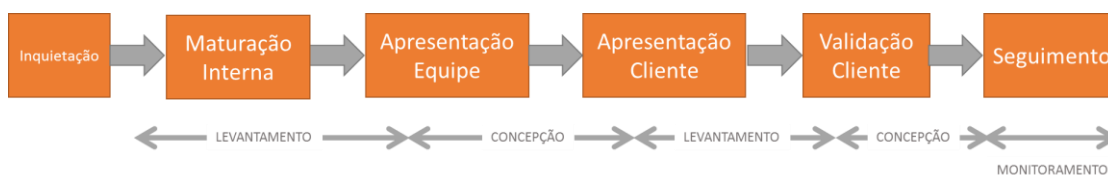


Figura 4.3 – processo criativo do empreendedor e *chef* de cozinha no restaurante premiado (segunda entrevista).
Fonte: Elaborado pelo autor.

Citando Massimo Montanari, ele afirma que “uma tradição nada mais é do que uma inovação que deu certo”, e para que isso aconteça, o processo criativo se inicia com ele, e permanece em uma longa etapa de maturação interna através de um ciclo de trabalho até que a materialização do prato esteja minimamente parecida com sua intenção original.

O processo segue uma outra etapa de maturação, desta vez externa, primeiramente com a apresentação do prato para a equipe do restaurante para que cada participante considere as limitações quanto ao balanço do custo, trabalho requerido, sazonalidade dos insumos, entre outros.

Os conselhos de cada participante se transformam em atualizações no prato que será oferecido, em uma outra etapa, como cortesia (uma apresentação qualitativa) a clientes selecionados. Antes de entrar para o cardápio definitivo, o prato é novamente atualizado e passa por uma validação, agora quantitativa do público, no qual o prato é ofertado como um prato especial do dia.

Após passar por todos estes crivos, o prato mesmo configurando no cardápio definitivo, é acompanhado e continuamente aperfeiçoado, para que um dia possa se tornar um novo legado, considerada a meta deste processo criativo. Ele tem como meta em suas criações, proporcionar bons momentos e emoção com seus pratos.

O processo criativo do terceiro entrevistado, IA, do restaurante autoral de cozinha de imigração, se aproxima do processo criativo do quarto entrevistado, WM, do *coworking*, consiste em transformar um problema externo ou inquietação interna em uma solução, através de um processo de ‘tentativas e erros’, sem compromisso com quantidade de pessoas, quantidade de encontros, duração dos encontros definidos e locais onde estes processos podem acontecer.

Para o sócio do *co-working*, WM, que busca estar sempre cercado de pessoas usando seus repertórios durante o processo de criação, o fundamental para que este processo continue de forma aberta é a escolha de um líder que tenha “sempre claro onde, porque e como vai chegar ao objetivo”. Para ele, o foco de seu processo criativo nunca está no problema e nem na solução, mas sim no processo, por isso, segundo ele, “o momento presente é tão importante”.

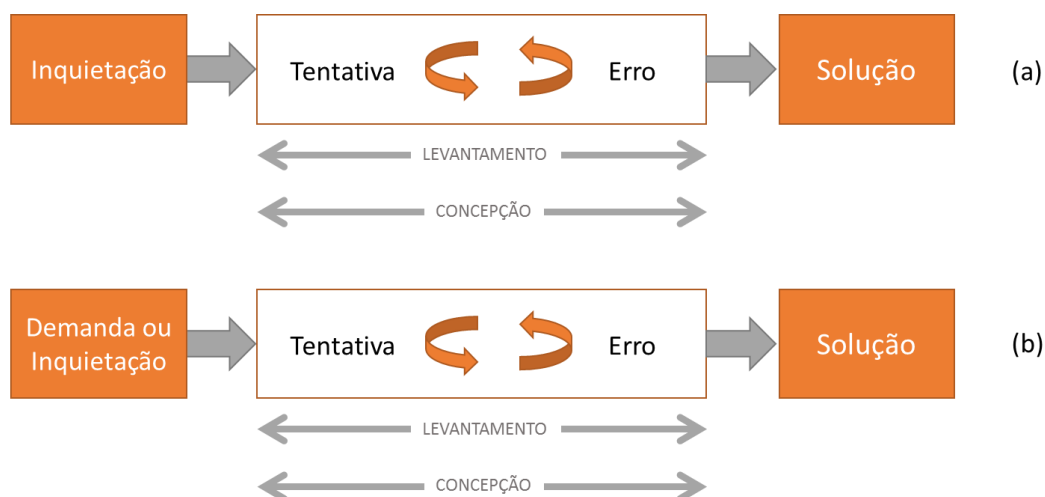


Figura 4.4 – Processo criativo do (a) *chef* de cozinha no restaurante de comida de imigração e do (b) empreendedor e sócio do *coworking* e também (terceira e quarta entrevista). Fonte: Elaborado pelo autor.

Também existe uma busca por repertório dentro do processo criativo do *chef* de cozinha e sócio do restaurante de comida de imigração, IA, porém ele acontece na maioria das vezes através de uma pesquisa de referências do próprio criador. O *chef* de cozinha ainda afirma que o tipo de trabalho de cocriação “depende muito da equipe”, podendo até não acontecer com muitas contribuições e trocas entre as pessoas devido a maturidade relacional do grupo.

Para o quinto entrevistado, NB, o evento artístico anual busca promover a geração de conexões entre os participantes dentro do espaço da sua escola de fotografia e, como objetivo secundário, desenvolve e apresenta a identidade da escola e do próprio NB.

O evento surgiu de uma inquietação interna, já em sua segunda edição, no qual o fotógrafo questionava o método de ensino da fotografia na sua escola. Para NB, o fotógrafo vivencia fotografia em diferentes contatos artísticos, que vão desde a música até a degustação de um prato em uma viagem. “A minha própria formação como fotógrafo não vem de estudar fotografia, ela vem de viver, ela vem do que eu leio, dos filmes que eu vejo, das viagens”.

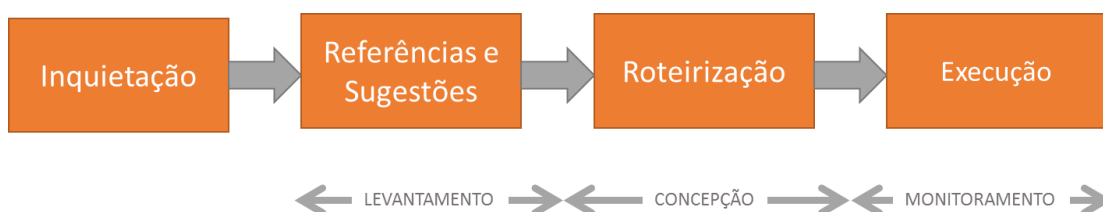


Figura 4.5 – Processo criativo do fotógrafo e organizador do evento artístico (quinta entrevista). Fonte: Elaborado pelo autor.

A construção do evento começa com a anotação durante o ano no seu celular de contatos e de referências, que podem ser sugestões de colegas - essas cada vez mais frequentes a medida que

o público entende cada vez melhor o objetivo do evento - ou coisas que interessam o NB - algumas já estabelecidas como música, oficinas, entre outras.

Com um repertório em construção, ele vai detalhando o evento livremente, sem qualquer metodologia, com o objetivo de afunilar suas escolhas para o evento, deixando para contatar os possíveis participantes faltando um mês para o evento. Nos últimos 15 dias antes do evento, ele se dedica integralmente ao projeto do encontro criativo, construindo o layout do local, organizando e conformando a agenda de atrações.

No dia do evento, deixa que as coisas se encaixem entre elas, sem intervenções diretas na programação ou na organização. Ele acredita que o evento é constantemente co-criado no momento que ele vai acontecendo. Segundo NB “eu quero que seja vivo e que aconteça naturalmente”.

Durante o evento, ele monitora, de forma indireta e sem qualquer anotação ou metodologia específica, os sucessos ou não de cada intenção pensada na organização do evento, o que leva a um possível replanejamento para a próxima edição do encontro criativo.

NB entende que o evento deixa um legado para cada participante visitante e para cada artista que se apresenta, podendo gerar novas conexões e contatos comerciais, bem como para a escola, que ao mesmo tempo que se transforma frente a novas fontes artísticas, também apresenta sua real identidade, e isso pode refletir na aproximação, ou não, do público final.

Já para RG, sexto entrevistado, o processo criativo resulta em três formatos de resultados, que pode ser um “papo inspirador”, uma palestra interativa de 1 hora até 1 hora e meia, com o objetivo de, segundo RG, “provocar reflexão” com apresentação de novos conteúdos, experimentação pelo grupo através de atividades práticas reflexivas e consolidação de processo de aprendizagem através da proposição de implementação de melhorias práticas; Ou workshops, que ele chama de “Diálogos de Aprendizagem”, com as mesmas etapas de uma palestra, porém com o objetivo de “desenvolver competências”, é mais complexo e pode durar de quatro horas até oito horas; E por fim as “Mentoria”, que se aproximam muito de coaching individuais, e que “desenvolve competências individuais mais complexas”. Qualquer que seja o formato, para RG o resultado sempre será um serviço, porém para alguns de seus clientes, é tratado como evento devido a pontualidade da oferta.

Bastante organizado, RG vem desenvolvendo seu processo criativo a mais de dez anos no método desenvolvido por ele, e se chama Processo de Criatividade Relacional, o PCR, que se baseia em três palavras-chave: participante, competência-chave e resultado almejado.



Figura 4.6 – Processo criativo do especialista em experiência de aprendizagem (sexta entrevista). Fonte: Elaborado pelo autor.

O processo se inicia com o levantamento de informações do participante, como qual a linguagem do participante (seguimento do negócio da empresa, nível de escolaridade, elementos significativos e palavras chaves), vivência deles e a dinâmica dos participantes (o que aconteceu com eles nos últimos doze meses, qual a história da empresa e como ela se relaciona com o participante). RG costuma apreciar as competências chaves tanto com os conhecimentos necessários para o desenvolvimento das atividades como também para as competências que eles querem que sejam desenvolvidas com a equipe. Muitas vezes são solicitadas informações bastante técnicas para o mapeamento de quais são as competências e habilidades e conhecimentos alinhado com a fala para nutrir a demanda clara. Por fim, os Resultados Almejados pela empresa, que as vezes parece subjetivo para ela, são questionados através de perguntas sobre o conceito do cliente, descobrindo assim o cerne da questão, o que a empresa precisa que as pessoas façam diferente depois desta intervenção e experiência de aprendizagem.

Todo o processo criativo parte ou de uma observação ou de uma pesquisa, através de uma entrevista, para levantar estas informações. Com relação ao participante, RG colhe informações com o cliente que está contratando, porém sugere também uma observação participativa, pois, segundo ele, “existe um desencontro entre a perspectiva do cliente contratante, acha que a equipe é ou faz, para aquilo que se observa no dia a dia do trabalho”.

Uma vez estabelecido o tripé PCR (participante, competência chave e resultado almejado), RG começa a identificar o processo prático de aplicação que toda a experiência de aprendizagem devem contemplar, o que ele chama de os “3Cs”: conhecimento, compartilhamento, consolidação.

Na preparação da prática, é preciso equilibrar informações novas apresentadas aos participantes, atividades que consigam extrair conhecimento do próprio grupo, fazendo um pouco de gestão de conhecimento, e trazendo um pouco de experiência deles, e a consolidação que são outras atividades que permitam eles experimentarem novas práticas. Para RG, existe um grande guarda-chuva tanto para o processo de criatividade relacional (elementos pesquisados para elaborar o programa) quanto os 3Cs (implementação), que acabem sendo 3 critérios para permitir que o processo de criatividade seja produtivo: são dialógica (pessoas participem do processo de diálogo), valorização (resgate para o processo de emponderamento do grupo) e inspiração (relacionar isso a uma provocação para o protagonismo).

A sétima entrevistada, DV, afirma que o resultado de sua cocriação de vivências é um evento, desde o conceito até a execução, focando na gestão do projeto do evento. Além do resultado prático, segundo ela, também existe um resultado subjetivo, que são as experiências do cliente contratante e também do público.

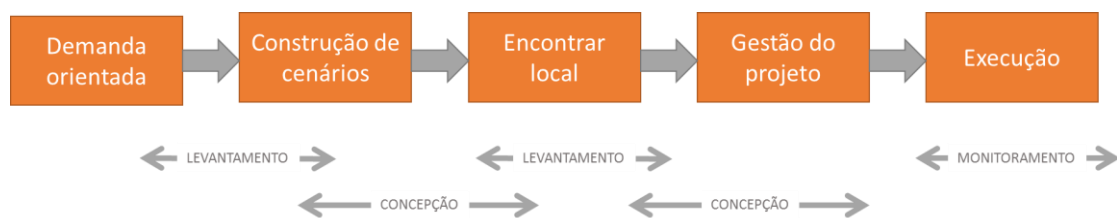


Figura 4.7 – Processo criativo da organizadora de eventos gastronômicos (sétima entrevista). Fonte: Elaborado pelo autor.

Seu processo criativo surge através de uma demanda do cliente, que na maioria das vezes já possui algumas informações como a ideia e o objetivo do evento, e o número de pessoas por exemplo. Muitas trocas já acontecem nesse primeiro encontro, que acaba se tornando uma reunião da concepção da ideia na qual a DV consegue imaginar alguns cenários possíveis, iniciando assim o projeto. O segundo passo é conhecer o local do evento, para que aquela ideia inicial se encaixe no local. Em muitos casos, quando a ideia não é perfeitamente compatível com o local escolhido, existe uma adaptação no local, como o fluxo do evento, layout do evento, etc, ou até mesmo a desistência do local.

Então começa o que ela chama de fases de execução e operação, que nada mais é do que o detalhamento dos cenários projetado por ela, podendo surgir novas ideias e conceitos conforme problemas que surgem no decorrer do projeto.

Nas próprias palavras da DV, “eu discuto todas as ideias em conjunto”. Ela ilustra esta colaboração com um exemplo: “a empresa de segurança e limpeza, então eles vão para a reunião pré-evento, e eles dão ideias e sugestões para melhorar a segurança, e eu aceito porque eles entendem de segurança mais do que eu”.

Segundo ela, o projeto de execução para um evento não pode ser engessado e muito controlado, porém deve ter um conceito geral muito bem delimitado, que é o que “mantem o projeto nos trilhos”. Este conceito geral, na maioria das vezes, não é documentado, e só é feito quando o cliente solicita ou, em alguns casos, quando o cliente é novo ou quando o projeto tem maiores proporções que os projetos mais corriqueiros.

DV dedica a maior parte do seu tempo no que ela chama de execução do projeto, que seria o planejamento antes do dia do evento, principalmente no detalhamento, uma vez que o conceito geral do evento surge rápido. Segundo ela, no dia do evento, “é tudo mais automático” e basta executar o que foi planejado.

Por fim, o processo criativo de JM, o oitavo entrevistado, busca criar um encontro semanal e aberto entre desenhistas, ilustradores e entusiastas. Não existe um objetivo específico quantitativo nem qualitativo de produção de obras, o que o grupo busca é realmente o encontro, podendo trocar experiências e técnicas, ou simplesmente conviver entre os pares. O encontro de ilustradores “é um grupo que semanalmente se encontra em algum ponto de Curitiba para desenhar”. Além disso, o grupo “tem esta questão de explorar a cidade” e com isso, “exercita de se apropriar da cidade” diz JM. Para JM, “desenhar junto cria uma parceria, um sentimento de comunidade”.

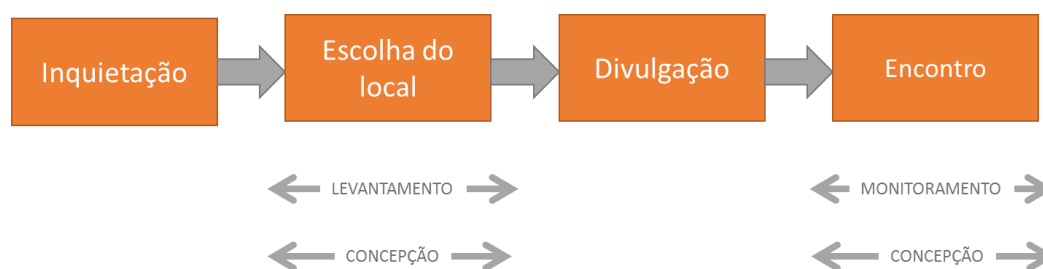


Figura 4.8 – Processo criativo do professor e organizador de encontros entre ilustradores (oitava entrevista). Fonte: Elaborado pelo autor.

O evento surgiu de uma inquietação interna de JM, no qual o ilustrador profissional sentia falta de um encontro mais livre e com menos responsabilidades entre seus pares. Para JM, “na universidade o desenho muitas vezes é encarado como uma obrigação, então encontrar uma comunidade que percebe o desenho como uma forma de expressão e de prazer poderia ocorrer, o que de fato aconteceu com o grupo de ilustradores”.

O processo criativo se inicia alguns dias antes do encontro com a escolha do local do encontro, normalmente de responsabilidade rotativa de um dos integrantes do grupo, que também inicia o processo de divulgação. A divulgação também é feita em rede distribuída, principalmente via as principais redes sociais.

O encontro, propriamente dito, é o ápice de todo o processo criativo, e é onde realmente ocorre o mais alto nível de cocriação de vivência, comparada com o restante do processo. Além do local e do horário do encontro, nada é previsível, e o grupo se beneficia deste acaso para potencializar a troca e o encontro.

Com base nas entrevistas, notadamente com as perguntas dos processos criativos, é possível mapear o próprio processo criativo, reconhecendo suas principais etapas, e também realizar uma classificação segundo as tipologias de cocriação de O’Hern & Rindfleisch e de Pater.

iii. Conceituação prática dos termos “cocriação” e “vivência”

Ao longo das entrevistas, mais precisamente na terceira etapa, foi questionado aos participantes quais são os significados dos termos ‘cocriação’ e ‘vivência’.

Para o conceito de ‘vivência’, CH o caracterizou como um processo de aprendizado que, segundo ela, acontece invariavelmente em conjunto. Ela continua afirmando que vivenciar é “aplicar as coisas na prática, aprendendo enquanto está aplicando com outras pessoas”. Para ela, é um encontro, é uma imersão, porém existe um tempo determinado, com muitas pessoas juntas e com um determinado tema.

Para RM, vivência é presença física, é estar de corpo presente. Ele ainda pontua que vivenciar não é um ato “tão filosófico” e precisa “tocar todos os sentidos”. Ele continua sua conceituação afirmando que vivência é uma troca com transformação, é “algo interativo, você absorve, você recebe e você dá alguma coisa”.

Para o outro *chef* de cozinha entrevistado, IA, vivência é “aquilo que a gente vive, é estar atento ao dia-a-dia, ou não, tem coisas que te pegam lá na frente”. Para ele é fundamental estar à disposição, pois ele caracteriza que para vivenciar é preciso “estar disponível”.

WM é preciso. Para ele “vivência é o que eu estou vivendo, é o presente”. NB segue na mesma linha de raciocínio, comparando uma vivência como uma experiência verdadeira, ou “um momento verdadeiro, é verdade”.

Vivência aparece nas palavras de RG como “toda prática em que os participantes têm a oportunidade de experienciar algo que seja novo, que seja algo experienciado de uma forma diferente”. Para ele, uma vivência é “exatamente a essência da experimentação empírica pelo indivíduo”, ou seja, o ato experiencial, caracterizando uma vivência apenas se esta vivência for experiencial, “portanto empírica e significativa”.

Questionado diretamente sobre o tríplice significado de vivência de Nietzsche, RG afirma que existe uma característica plena e significativa nas vivências, porém ele não percebe o caráter imediato em todas as vivências, “porque em alguns casos eu trabalho com projetos efetivamente de preparação para o futuro do indivíduo”.

Para DV, vivência é experiência. Ela pontua que vivenciar é fazer parte do que está acontecendo, “não apenas assistindo, mas de fato participando do que está acontecendo naquele momento”. Para ela, a pessoa é mais ativa na vivência que na experiência, onde o participante está apenas assistindo. “Na vivência a pessoa precisa pôr a mão na massa” segundo DV.

O professor JM diferencia os termos ‘experimental’ e ‘experienciação’ antes de definir vivência. Assim como para RG, JM conceitua vivência como uma experienciação. Ele ainda continua significando vivência através do contexto que “você precisa pensar no que aquilo (a vivência) representa para sua vida, ter o sentimento de compartilhar, ter a experiência estética junto, sensação de premiação e conquista intangível, porém que estimula, troca”. Ele exemplifica sua conceituação com os momentos que existe uma vivência quando o passante passa pelo encontro dos ilustradores e “vê o grupo desenhando”, o que para ele, pode ser realmente significativo.

Tabela 4.3 – Tabela resumo com as palavras chaves sobre vivência dos participantes das entrevistas. Fonte: Elaborado pelo autor.

CH	processo de aprendizado, conjunto, prática, encontros, imersão, pessoas juntas
RM	presença física, sentidos, interativo, troca, transformação
IA	viver, estar disponível
WM	estou vivendo, presente
NB	experiência verdadeira, verdade
RG	experienciar de uma forma diferente, experimentação empírica, significativa
DV	experiência, participando, mão na massa
JM	experienciação, sentimento de compartilhar, experiência estética, sensação de premiação, troca

Também foi questionado o significado do termo ‘cocriação’ para todos os participantes. CH, a primeira entrevistada, definiu cocriação como “um processo de desenvolvimento de ideias que acontecem em conjunto e que não tem resultado esperado”.

Já RM afirma que cocriação é uma criação conjunta, podendo ser em conjunto com uma equipe, ou de várias equipes ou de empresas diferentes. O *chef* IA pontua que co-criar não é inspirar. Para ele, cocriação existe quando existe propósito e intenção. “É quando alguém realmente traz uma contribuição que seja pertinente e que desenvolva alguma coisa” afirma IA.

WM caracteriza a cocriação como um ato pelo desapego ao único, e um apego maior pelo compartilhado. “Tudo que você compartilha tem mais valor” segundo WM. NB continua nesta direção e é pragmático, pois para ele, “criar em conjunto é fundamental para o crescimento pessoal”.

A ‘criação’ é um processo de elaboração ou desenvolvimento de algo, e o prefixo ‘co’ significa “realização em junto”, teoriza o linguista RG. Ele aprofunda este conceito quando está trabalhando com pessoas que tem uma consciência maior do termo, fazendo uma distinção na qual “co-criar algo é estabelecer o ‘o que’ em o ‘como’, baseando sempre num ‘porque’, e paralelamente a isso, existe um processo de criação compartilhada, aonde o ‘o que’ já está estabelecido e o grupo tem uma participação efetiva no processo do ‘como’ realizar, alinhados sempre com um mesmo ‘porque’”.

DV segue a mesma linha de RM em sua definição, afirmando que ‘cocriação’ é toda criação compartilhada com uma ou mais pessoas.

Por fim, JM compara os termos ‘cocriação’ e ‘co-gerenciamento’, que para ele, “adam juntas”. Ele aponta que o processo de cocriação, “pessoas juntas desenvolvendo juntos é muito fácil”, e o difícil é a manutenção deste processo, o que ele chama de co-gerencia, “que é o mais importante”.

Tabela 4.4 – Tabela resumo com as palavras chaves sobre cocriação dos participantes das entrevistas. Fonte: Elaborado pelo autor.

CH	processos de desenvolvimento de ideias, conjunto, resultado esperado
RM	criação conjunta, equipe
IA	propósito, intenção
WM	compartilhado
NB	crescimento pessoal
RG	processo de criação compartilhada
DV	criação compartilhada
JM	co-gerenciamento, desenvolvimento







4.6. Análise Crítica dos Dados

Com os resultados da coleta de dados expostos, é possível realizar uma avaliação e análise dos mesmos frente ao que foi discutido na fundamentação teórica. Neste subcapítulo são apresentadas as análises dos processos criativos dos participantes e como eles se enquadram nas tipologias de cocriação encontradas.

i. Classificação segundo o processo criativo

Baseado em todas as entrevistas, percebeu-se que algumas características eram comuns a todos os entrevistados, revelando uma certa tipologia do processo criativo, destacando-se o início, a delimitação entre a concepção e o levantamento, o monitoramento e o resultado durante o processo.

Todas as definições a seguir são livres interpretações do pesquisador e foram inseridas neste trabalho de forma despretensiosa, sem qualquer intenção de cunhar o termo, e serviu apenas para organização dos resultados.

início			Delimitação concepção/levantamento		
inquietação interna	demanda externa	ambos	Bem delimitada	Parcialmente delimitada	Mal delimitada
					






Monitoramento in loco		Resultado		
Sim	Não	Prático concreto	Subjetivo intangível	ambos
				

Figura 4.9 – Atributos práticos dos entrevistados formam uma tipologia do processo criativo. Fonte: Elaborado pelo autor.

O início de cada processo criativo pode surgir com uma inquietação interna, ou uma demanda externa, ou ainda com ambos os formatos, ou seja, uma demanda externa seguida de uma inquietação externa.

Entende-se por inquietação interna quando o início do processo criativo surge a partir de um desejo ou necessidade interna de algum indivíduo do grupo. Já no caso de demanda externa, o início do processo criativo surge através de uma solicitação externa ao grupo que está co-criando. A combinação “demanda externa seguida de uma inquietação externa” procura alcançar toda e qualquer início de processo criativo que combine ambas as definições acima, podendo ocorrer por exemplo quando uma demanda de um cliente surge para uma consultoria (demanda externa) porém esta demanda sofre algum tipo de atualização após uma conversa entre o cliente e o consultor, que possui suas pretensões e conhecimentos próprios (inquietação interna).

Outra característica mapeada no processo criativo foi quanto a delimitação entre a fase de concepção e a fase de levantamento, podendo ser bem delimitada, quando o desenvolvimento da fase de levantamento de dados acontece separadamente da fase de concepção, ou parcialmente delimitada, quando o desenvolvimento da fase de levantamento de dados se mistura com a fase de concepção, ou ainda, mal delimitada, quando o desenvolvimento das fases de levantamento de dados e de concepção acontecem quase simultaneamente.

Os diferentes tipos de resultados também foram mapeados no processo criativo de uma cocriação de vivência, podendo ser prático concreto, subjetivo intangível ou ambos.

Um resultado prático concreto acontece quando o processo resulta em um produto, serviço ou evento prático e concreto. Para um resultado subjetivo intangível ser alcançado, é preciso que o processo resulte em um produto, serviço ou evento com características subjetivas e intangíveis. Existe ainda a possibilidade de o resultado ser uma combinação de resultado prático concreto com o subjetivo intangível.





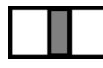

Outra característica não menos importante é o monitoramento *in loco*, que pode ser feito ou não durante a execução da vivência propriamente dita. Se monitorado, o resultado da cocriação pode ser útil para possíveis melhorias futuras, por exemplo.






A seguir, uma tabela resume cada uma das entrevistas seguindo as quatro características citadas acima, que fazem parte do processo criativo.

Nota-se uma divisão igualitária entre os processos criativos dos entrevistados com início por inquietação interna (4) e com início por demanda externa seguido de inquietação interna (também 4). Uma das possíveis causas de nenhum processo se iniciar através de uma demanda externa é que todos os entrevistados são especialistas no objeto do processo criativo, interferindo desde o início do processo, tornando ele com um início híbrido (demanda externa seguido de inquietação interna).

Quando à delimitação das fases de concepção e de levantamento, os entrevistados se dividem equilibradamente, com três processos bem delimitados, dois processos parcialmente delimitados e 3 processos mal delimitados.

Tabela 4.5 – Tabela dos resultados segundo atributos práticos dos entrevistados. Fonte: Elaborado pelo autor.

	início			Delimitação concepção/levantamento		
	inquietação interna	demanda externa	ambos	Bem delimitada	Parcialmente delimitada	Mal delimitada
						
Plataforma Crowdlearning						
Restaurante Premiado						
Restaurante						
Coworking						
Evento Artístico						
Experiência de Aprendizagem						
Eventos Gastronômicos						
Encontros de desenhistas						

	Monitoramento in loco		Resultado		
	Sim	Não	Prático concreto	Subjetivo intangível	ambos
					
Plataforma Crowdlearning					
Restaurante Premiado					
Restaurante					
Coworking					
Evento Artístico					
Experiência de Aprendizagem					
Eventos Gastronômicos					
Encontros de desenhistas					

Como resultado, a maior parte dos entrevistados responderam que seus processos criativos têm como consequência resultados práticos concreto combinado com subjetivo intangível (4), já esperado para um contexto de cocriação de vivências. Os resultados práticos concreto e subjetivo intangível ficaram com a outra metade das escolhas, cada uma com dois entrevistados.

Por fim, a característica de monitoramento mostrou que a maior parte monitora in loco seus resultados, totalizando 6 entrevistados, deixando apenas 2 entrevistados sem monitoramento.

ii. Classificação segundo tipologia de Cocriação

Analisando os dois modelos de tipologia, de O’hern & Rindfleisch (2008) e Pater (2009), apresentados na fundamentação teórica, percebemos que são muito úteis para classificar os diferentes tipos de abordagem colaborativa existentes na prática, onde na maioria das vezes não existe uma definição objetiva e clara dos métodos e técnicas utilizados por profissionais de mercado.

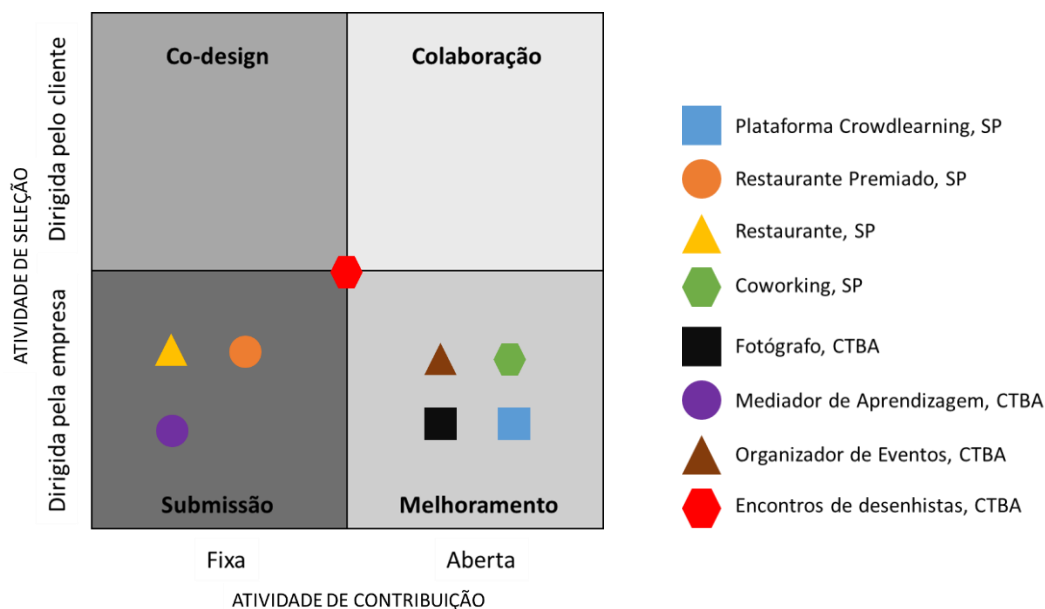


Figura 4.10 – Processos criativos analisados segundo os 4 tipos de cocriação com clientes de O’hern & Rindfleisch (2008). Fonte: Elaborado pelo autor a partir de O’hern & Rindfleisch, 2008.

Com base dos resultados encontrados nas entrevistas feitas durante e analisadas frente ao modelo tipológico de O’hern & Rindfleisch (2008), apresentados na pesquisa bibliográfica, é possível classificar o processo co-criativo de CH, primeira entrevistada e sócia da plataforma de *crowdlearning*, como ‘Melhoramento’, devido a liderança da atividade ser dirigida pela própria organização através de um formato de contribuições abertas. Assim como a plataforma de *crowdlearning*, o processo de cocriação do sócio do *co-working*, WM, do promotor do evento criativo, o fotógrafo NB, e da organizadora de eventos, DV, também podem ser classificadas como ‘Melhoramento’ pelos mesmos motivos.

Para WM, “é dentro do processo que eu acabo descobrindo novos olhares e novos objetivos”. Bem como para DV que “novas ideias e ideias melhores são sempre bem-vindas”. Todo o planejamento do evento criativo é executado pelo NB, e mesmo com trocas abertas entre os artistas e os participantes durante o evento, existe um direcionamento indireto do fotógrafo, que acaba sendo uma espécie de mestre de cerimônias do evento.

Já para os processos criativos que acontecem em ambos os restaurantes, de RM e de IA, bem como do mediador de experiências RG, o processo de cocriação se mantém sendo dirigida pela organização, porém com um formato fixo, o que caracteriza uma ‘Submissão’.

Tanto RM quando IA lideram todo o processo criativo em seus respectivos restaurantes, com a colaboração de sua equipe interna, e mesmo quando os pratos são apresentados ao público, existe um direcionamento dos responsáveis caracterizando uma liderança pela organização. No processo do RG, as diretrizes do processo de criatividade relacional (PCR) formam uma espécie de marco regulador. “Os critérios são fixos, as proposições são abertas” diz RG.

Para o processo criativo do encontro de ilustradores de JM, a classificação é aberta, podendo se enquadrar em uma ‘submissão’ ou ‘colaboração’. Durante o encontro as trocas entre os participantes são abertas e livres e todos se tornam protagonistas de suas próprias criações, caracterizando uma liderança das atividades pelo cliente com formato aberto. Porém antes do encontro, com a escolha do local e divulgação, as atividades são feitas pelo grupo mais próximo, o que pode ser caracterizado uma liderança dirigida pela organização, com um formato fixo, a periodicidade por exemplo.

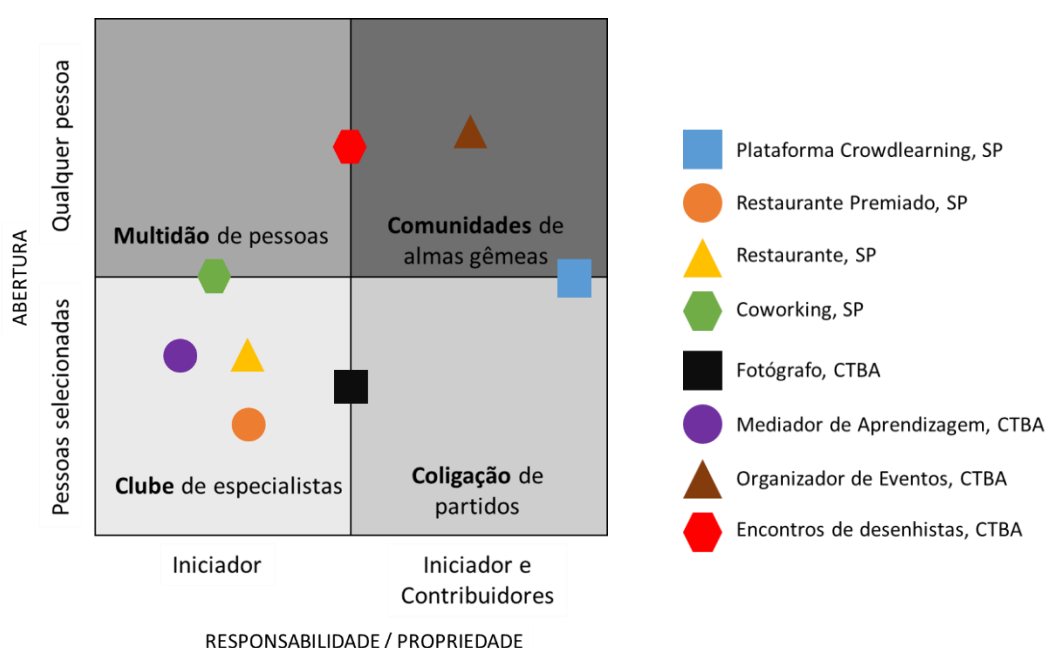


Figura 4.11 – Processos criativos analisados segundo os 4 tipos de cocriação de Pater (2009). Fonte: Elaborado pelo autor a partir de Pater, 2009.

Levando em consideração o modelo tipológico de Pater (2008), os resultados encontrados nas entrevistas apontam que o processo criativo dos restaurantes de RM e IA, bem como a empresa de consultoria de RG, co-criam como sob a ótica de um ‘clube de especialistas’, ou seja, com abertura do processo através de pessoas selecionadas e com responsabilidades e propriedades dos resultados com os iniciadores.

Os processos de cocriação de ambos os *chefs* de cozinha têm como característica principal o fato dos pratos resultarem como uma propriedade dos próprios iniciadores e as pessoas que participam do processo são selecionadas. Mesmo que RM busque que seus pratos se tornem novos clássicos, atravessando as fronteiras do seu restaurante, o caminho entre o processo criativo de desenvolvimento do prato e a consagração pelo público seguido pela aceitação deste novo clássico em outros restaurantes está fora do processo criativo do empreendedor, que não

conta com a participação destes interessados externos, e por este motivo não foi considerado neste trabalho como uma 'Coligação'.

Para o RG, mesmo que o serviço, fruto do processo criativo, sejam experimentados pelos seus clientes, os conhecimentos gerados e a metodologia permanece de propriedade dos iniciadores, bem como as responsabilidades na execução. Com relação as equipes que trabalham com os empreendedores, elas são diretamente, ou indiretamente, escolhidos pelos iniciadores do processo, caracterizando uma cocriação com pessoas selecionadas.

Para DV, segundo sua entrevista, qualquer pessoa pode participar de seu processo criativo e as responsabilidades são divididas entre ela, a iniciadora, e os demais contribuidores, o que caracteriza uma 'Comunidade'.

Para CH (da plataforma de *crowdlearning*), WM (do *coworking*), NB (evento criativo) e JM (encontro dos ilustradores) a classificação não é tão precisa.

Para CH e WM, seu processo criativo permite que, a priori, qualquer pessoa possa participar, porém na prática o que se percebe é que as pessoas que participam do processo criativo são as mais próximas, ou seja as que convivem próximo ao dia-a-dia da empresa. Porém com relação a divisão das responsabilidades e propriedades dos resultados cada empreendedor se classificam em quadrantes opostos. CH divide entre ela e os contribuidores participantes, o que enquadraria a cocriação como uma 'coligação' ou 'comunidade', e Wolfgang permanece com as responsabilidades e propriedades, o que caracteriza 'multidão' ou 'clube'.

Para os processos criativos de NB (evento Dúvida?) e de JM (encontro de ilustradores), a responsabilidade da organização e da execução do evento e do encontro, respectivamente, são dos iniciadores. Porém os resultados provenientes destas vivências, são compartilhados entre os iniciadores e os contribuidores.

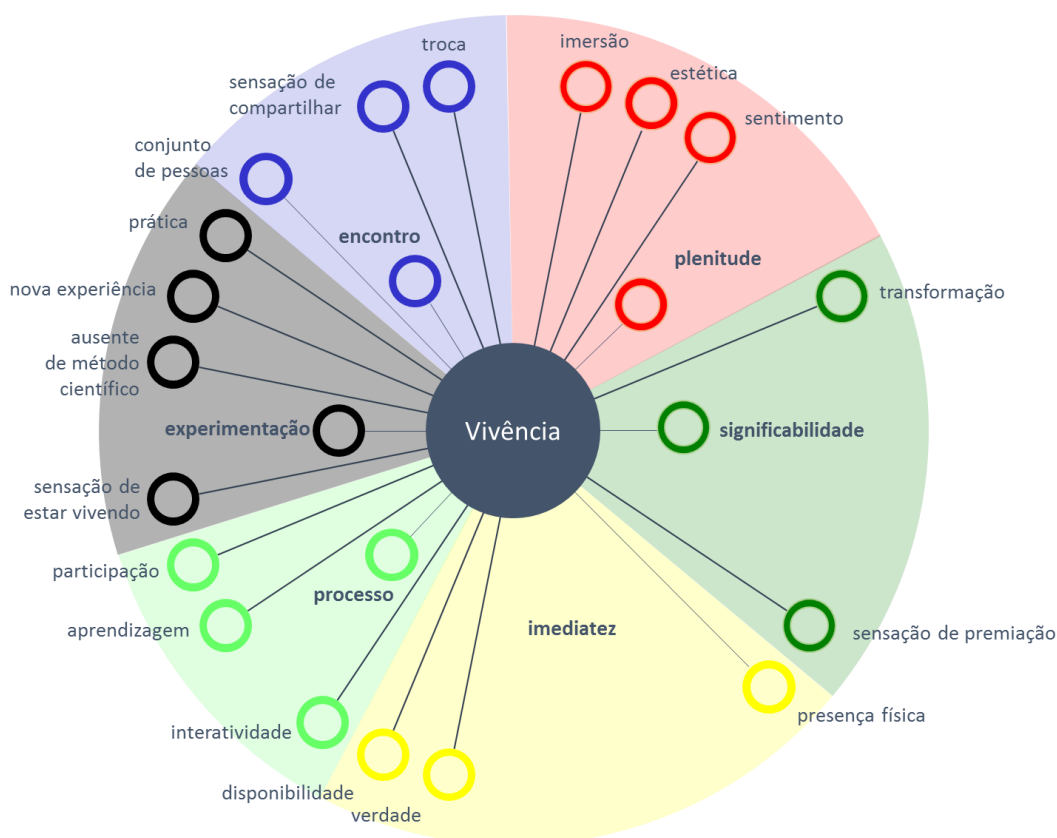
A grande diferença entre os dois processos é que, para o fotógrafo NB seleciona as pessoas para participar do evento, de forma direta ou indireta, o que classificaria este processo em um 'clube' ou 'coligação'. Diferentemente, o ilustrador JM, permite que qualquer pessoa participe do encontro, o que resultaria em uma classificação como 'multidão' ou 'comunidade'.

4.7. Constelação de Atributos Práticos

Diferentemente da construção das constelações de atributos teóricos de vivência e cocriação, nas quais surgiram separadamente a partir de uma codificação teórica de seus aspectos caracterizadores originados a partir de um estudo teórico separado, as constelações de atributos práticos surgiram simultaneamente ao analisar as entrevistas dos participantes.

A construção da constelação de atributos práticos para vivência usou como base os três atributos gerais encontrados na constelação de atributos teórica de vivência: plenitude, significabilidade e imediatez. Dos três atributos, apenas imediatez não foi citada diretamente, porém permaneceu como um agrupamento de atributos pois apareceram atributos específicos relacionados.

Outros três atributos gerais foram incorporados à constelação: encontro, experimentação e processo. Todos estes atributos gerais foram escolhidos com base nas entrevistas dos participantes e foram considerados gerais pois sintetizavam uma grande quantidade de outros atributos, considerado pelo autor como atributos específicos.



LEGENDA: Atributos gerais mais próximos e atributos específicos mais distantes ao conceito central.

Figura 4.12 – Constelação de atributos práticos para vivência. Fonte: Elaborado pelo autor.

Todos os atributos práticos e específicos de vivência tiveram sua origem nas respostas de conceituação dos participantes. Alguns aparecem da mesma forma que foram citados e outros sofreram algum tipo de transformação, com adição ou mudança de palavras conectoras por exemplo. Para facilitar a organização, a origem de cada atributo específico é apresentada a seguir:

- Imersão, presença física, troca, transformação, verdade, prática e sensação de premiação, se originaram de expressões idênticas as retiradas das respostas dos entrevistados, conforme podem ser encontrados na tabela 4.2 deste capítulo;
- O restante dos atributos também tiveram sua origem da conceitualização do termo vivência pelos entrevistados, porém com alguma transformação nas expressões originais, tais como: ‘processo de aprendizado’ virou ‘aprendizagem’, ‘pessoas juntas’

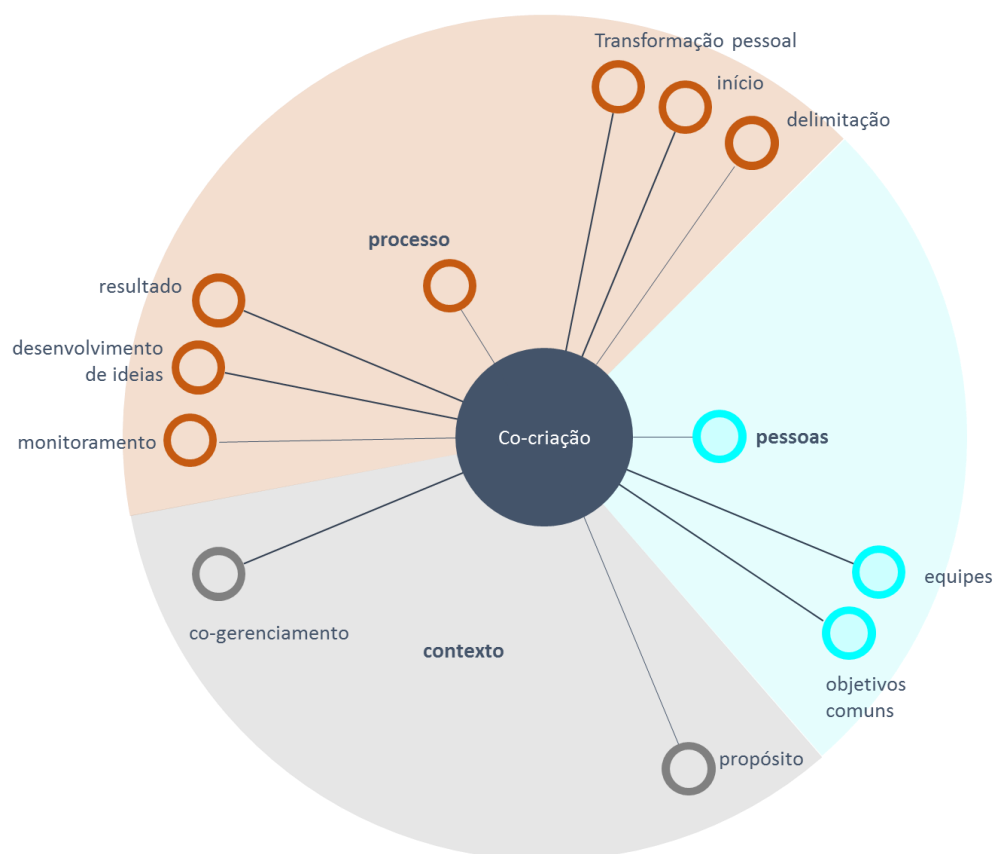
virou 'conjunto de pessoas', 'sentidos' virou 'sentimento', 'interativo' virou 'interação', 'estar disponível' virou 'disponibilidade', 'estou vivendo' virou 'sensação de estar vivendo', 'experenciar de forma diferente' virou 'nova experiência', 'participando' virou 'participação', 'experencição' ou 'experimentação empírica' virou 'ausente de método científico', 'sentimento de compartilhar' virou 'sensação de compartilhar', 'experiência estética' virou 'estética'.

Já na constelação de atributos práticos de cocriação, optou-se por definir todas as características como atributos específicos dentro dos atributos gerais já pré-estabelecidos na definição da constelação de atributos teóricos de cocriação.

Dos três atributos (processo, pessoas e contexto), apenas contexto não foi citado diretamente nas entrevistas, porém permaneceu como um agrupamento de atributos pois apareceram atributos específicos relacionados.

De mesma forma, para facilitar a organização, é apresentado a origem de cada atributo específico de cocriação a seguir:

- Equipes, Propósito, desenvolvimento de ideias e co-gerenciamento, se originaram de expressões idênticas as retiradas das respostas dos entrevistados, conforme podem ser encontrados na tabela 4.3 deste capítulo;
- Objetivos comum e Transformação pessoal também tiveram suas origens da conceitualização do termo cocriação, porém com alguma transformação nas expressões originais, que neste caso 'intenção' virou 'objetivos comum' e 'crescimento pessoal' virou 'transformação pessoal' devido ao contexto das entrevistas;
- Delimitação, início, resultado e monitoramento tiveram sua origem na classificação dos processos criativos;



LEGENDA: Atributos gerais mais próximos e atributos específicos mais distantes ao conceito central.

Figura 4.13 – Constelação de atributos práticos para cocriação. Fonte: Elaborado pelo autor.

4.8. Modelo Prático de Cocriação de Vivências

Baseado nas duas constelações de atributos práticos, tanto de vivência como de cocriação, é possível propor uma versão prática do modelo de cocriação de vivências. Os atributos específicos resultantes são qualitativos e abertos, ou seja, não são quantificados e podem ter livre interpretação. A exceção encontra-se no atributo geral de processo na cocriação, no qual optou-se por apresentar os atributos específicos fechados, ou seja, com as restrições de escolha conforme classificação dos processos criativos, porém mantendo-se o caráter quantitativo.

Tabela 4.6 – Modelo prático de cocriação de vivência. Fonte: Elaborado pelo autor.

Vivência	Processo	<ul style="list-style-type: none"> • Participação: Vivenciar fazendo parte do que está acontecendo, não apenas assistindo, mas de fato participando do que está acontecendo naquele momento, a pessoa é mais agente na vivência que na experiência (DV). • Aprendizagem: Processo de aprendizado, que acontece invariavelmente em conjunto (CH). • Interativo: Algo interativo, é uma via de mão dupla (RM).
	Experiência	<ul style="list-style-type: none"> • Prática: Na vivência a pessoa precisa pôr a mão na massa (DV); Aplicar coisas na prática (CH).

(Continua na próxima página)

		<ul style="list-style-type: none"> • Nova experiência: Todo uma prática em que os participantes têm a oportunidade de experienciar algo que seja novo ou não desde que seja algo experienciado de uma forma diferente (RG). • Ausente de método científico: Vivência é exatamente a essência da experimentação empírica pelo indivíduo, uma vivência só é uma vivência se ela for experiencial, portanto empírica e significativa (RG); Experienciação se aproxima de vivência, significa que você precisa pensar no que aquilo representa para sua vida (JM). • Sensação de estar vivendo: Vivência é o que eu estou vivendo, é o presente (WM).
	Encontro	<ul style="list-style-type: none"> • Troca: Você absorve e também oferece alguma coisa, a balança não importa (RM). • Sensação de compartilhar: Sentimento de compartilhar, se estar junto (JM). • Conjunto de pessoas: Característica de imersão, com tempo determinado, muitas pessoas juntas aprendendo sobre um determinado tema (CH).
	Plenitude	<ul style="list-style-type: none"> • Imersão: Característica de imersão, com tempo determinado, muitas pessoas juntas aprendendo sobre um determinado tema (CH). • Estética: Ter a experiência estética junto (JM). • Sentimento: Tocar todos os sentidos (RM).
	Significabilidade	<ul style="list-style-type: none"> • Transformação: Sair melhor do que entrou (RM). • Sensação de premiação: Conquista que estimula (JM).
	Imediatez	<ul style="list-style-type: none"> • Presença Física: Presença física, você está de corpo presente (RM). • Verdade: É experiência verdadeira, é vivenciar um momento verdadeiro, é verdade (NB). • Disponibilidade: Estar atento ao dia-a-dia (ou não, tem coisas que te pegam lá na frente), estar disponível (IA).
Cocriação	Processo	<ul style="list-style-type: none"> • Início - Inquietação Interna: O início do processo surge a partir de um desejo ou necessidade interna de algum indivíduo do grupo (Autor). • Início - Demanda Externa: O início do processo surge através de uma solicitação externa ao grupo (Autor). • Início - Inquietação Interna e Demanda Externa: Uma combinação de demanda externa com inquietação interna (Autor). • Resultado - Prático concreto: O processo resulta em um produto, serviço ou evento prático e concreto (Autor). • Resultado - Subjetivo intangível: O processo resulta em um produto, serviço ou evento com características subjetivas e intangíveis (Autor). • Resultado - Prático concreto e subjetivo intangível: Uma combinação de resultado prático concreto com o subjetivo intangível (Autor). • Monitoramento – Sim: O resultado da cocriação é monitorado para possíveis melhorias futuras (Autor). • Monitoramento – Não: Não existe monitoramento durante a execução do resultado da cocriação (Autor). • Delimitação - Bem delimitado: O desenvolvimento da fase de levantamento de dados acontece separadamente da fase de concepção (Autor). • Delimitação - Parcialmente delimitado: O desenvolvimento da fase de levantamento de dados se mistura com a fase de concepção (Autor). • Delimitação - Mal delimitado: O desenvolvimento das fases de levantamento de dados e de concepção acontecem quase simultaneamente (Autor). • Transformação Pessoal: Criar em conjunto é fundamental para o crescimento (NB). • Desenvolvimento de ideias: Processos de criação de soluções, de desenvolvimento de ideias que acontecem em conjunto e que não tem resultado esperado (CH).
	Pessoas	<ul style="list-style-type: none"> • Equipes: Criação conjunta, que pode ser em conjunto de uma equipe, de várias equipes, de empresas diferentes (RM). • Objetivos comuns: Co-criar algo é estabelecer o “o que” em o “como”, baseando sempre num “porque”, e paralelamente a isso, existe um processo de criação compartilhada, aonde o “o que” já está estabelecido e o grupo tem uma participação efetiva no processo do “como” realizar, alinhados sempre com um mesmo “porque” (RG).
	Contexto	<ul style="list-style-type: none"> • Propósito: Alguém realmente traz uma contribuição que seja pertinente, que desenvolva alguma coisa, é diferente de inspiração, cocriação existe quando existe propósito e intenção (IA). • Co-gerenciamento: Cocriação e Co-gerenciamento andam juntos. Cocriação é muito fácil. Manutenção é a mais importante (JM).

5. FUSÃO DOS MODELOS

Atributos teóricos e práticos precisam confrontados, se fundindo para originar um modelo-teórico prático. Neste capítulo apresento as concordâncias e discordâncias da análise de fusão destes atributos.

5.1 Método

Esta fase tem como objetivo fundir o MODELO TEÓRICO com o MODELO PRÁTICO, resultando em um MODELO TEÓRICO-PRÁTICO PRELIMINAR. Em outras palavras esta fase se caracteriza por se tratar exclusivamente de uma análise de dados, sem que exista uma coleta de dados. Este processo está esquematizado na figura 6.1, apresentada a seguir.

Para isso, serão comparados os atributos das constelações de atributos teóricas e práticas, tanto de vivência como de cocriação. Em seguida, é proposto uma triangulação com o objetivo de analisar três aspectos: atributos similares e presentes em ambos os modelos serão agrupados, sem indicar a frequência de aparição; atributos que não se encontram em ambos os modelos, serão agrupadas sem que a ordem da apresentação indique qualquer importância; e por fim, atributos que se opõem serão agrupados e terão uma indicação de onde este atributo não se encontra.

Por fim será apresentado um MODELO TEÓRICO-PRÁTICO PRELIMINAR, construído a partir do MODELO TEÓRICO e do MODELO PRÁTICO.

5.2. Atributos gerais e específicos de vivência

Com o objetivo de comparação, a constelação de atributos teóricos de vivência, criada a partir da pesquisa bibliográfica, primeira fase deste trabalho, é colocada ao lado da segunda constelação de atributos, está com abordagem prática e criada a partir da pesquisa de campo, segunda fase da pesquisa.

Esta terceira fase do trabalho, pretende fundir ambas as constelações de atributos para se criar uma única constelação de atributo de vivência, que por consequência será parte da construção do modelo teórico-prático de cocriação de vivências. Porém antes de fazê-la, vale uma análise preliminar comparativa.

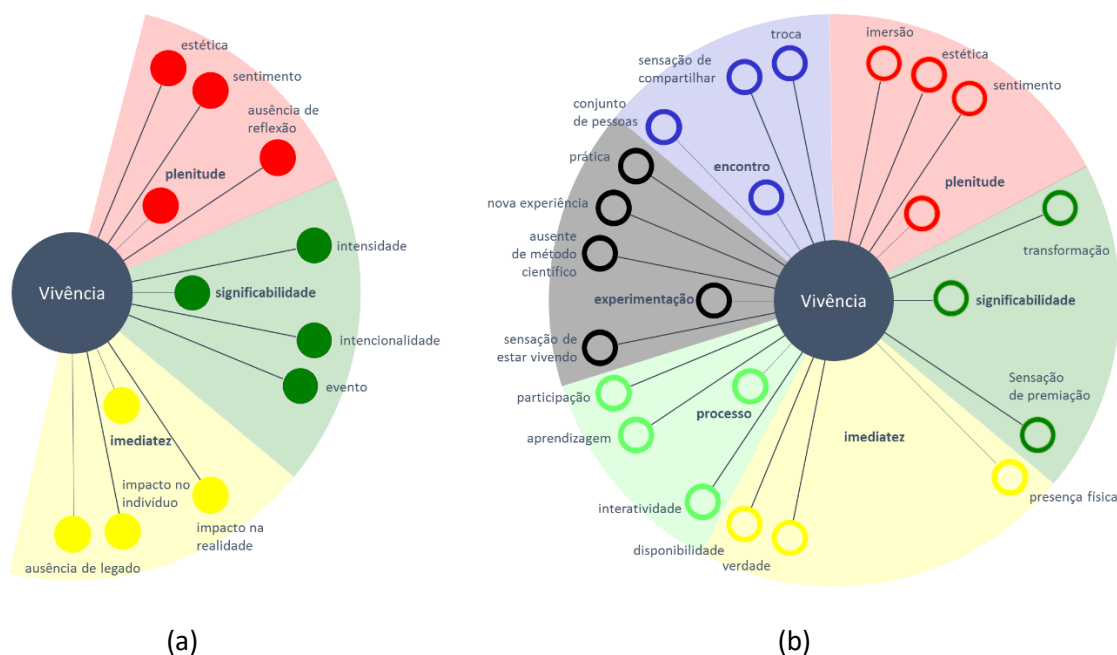


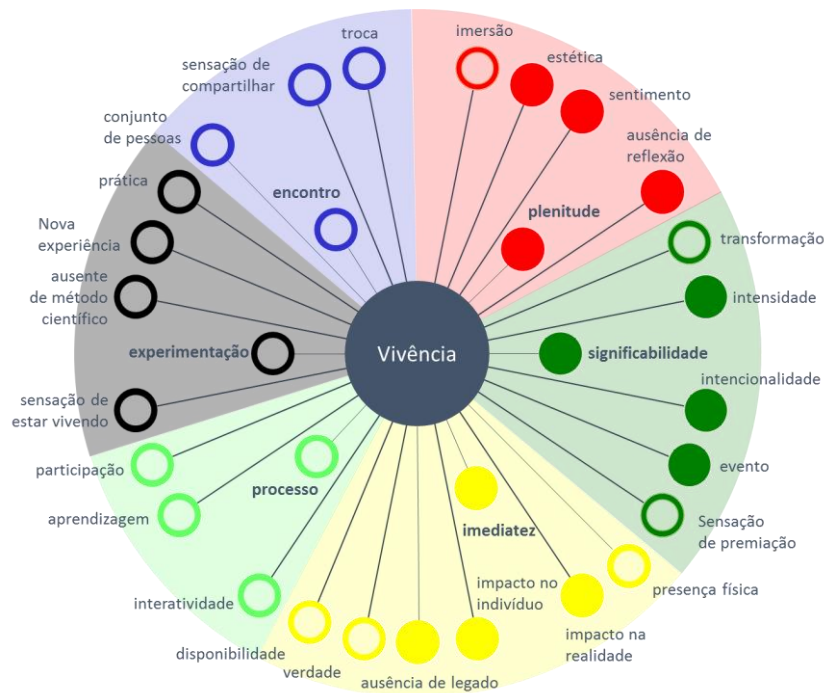
Figura 5.1 – Comparação entre constelação de atributos de vivência teórico (a) e prático (b). Fonte: Elaborado pelo autor.

Percebe-se uma clara diferença entre a quantidade de atributos práticos e teóricos. Em maior quantidade, a constelação de atributos prática revela inúmeras palavras chaves provenientes da entrevista feita na coleta de dados da pesquisa de campo, sem que os entrevistados se preparassem para tal procedimento, que pode explicar tamanha riqueza de características para conceituar e detalhar o termo vivência.

Percebe-se, porém, uma divisão igualitária entre o número de atributos gerais de origem teórica comparada com a prática.

Outro ponto a ser considerado são algumas palavras chaves que se repetem, ou seja, percebidas tanto na pesquisa bibliográfica quanto nas entrevistas. Dentre elas encontra-se atributos específicos, como estética e sentimento, e atributos gerais como plenitude e significabilidade.

Após as análises, é feita a fusão, criando uma constelação de vivência única, com abordagem teórica-prática.



LEGENDA: Atributos gerais mais próximos e atributos específicos mais distantes ao conceito central. Atributos teóricos mostrados com círculos fechados e atributos práticos com círculos abertos.

Figura 5.2 – Fusão das constelações de atributos de vivência teórico e prático. Fonte: Elaborado pelo autor.

5.3. Atributos gerais e específicos de cocriação

Uma vez analisadas os atributos de vivência, busca-se também a análise das constelações de atributos teóricos e práticos que representam a cocriação, e com o mesmo objetivo de vivência, criar uma constelação de atributos teórico-prático de cocriação para, consequentemente, completar o modelo teórico-prático de cocriação de vivências. Como visto na pesquisa bibliográfica, todos os atributos gerais de cocriação têm sua origem teórica, uma vez que nenhuma palavra-chave analisada nas entrevistas foi considerada estranha aos contextos já apresentados.

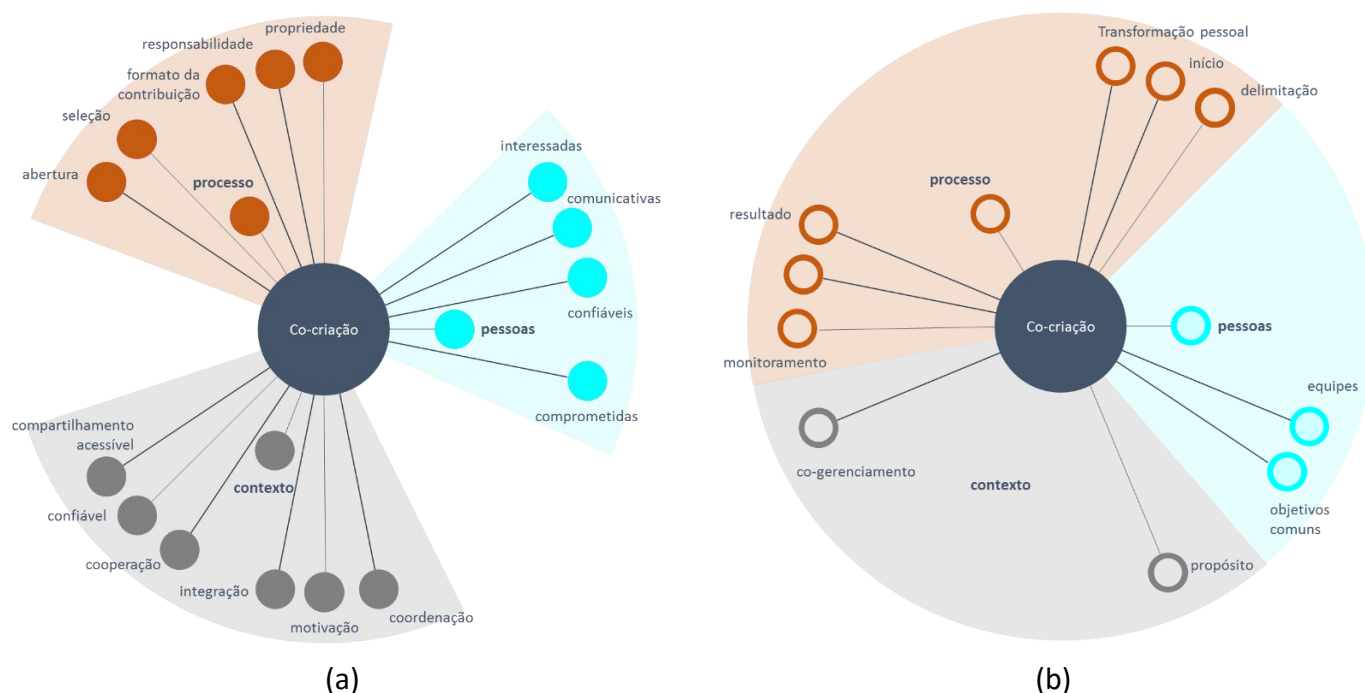
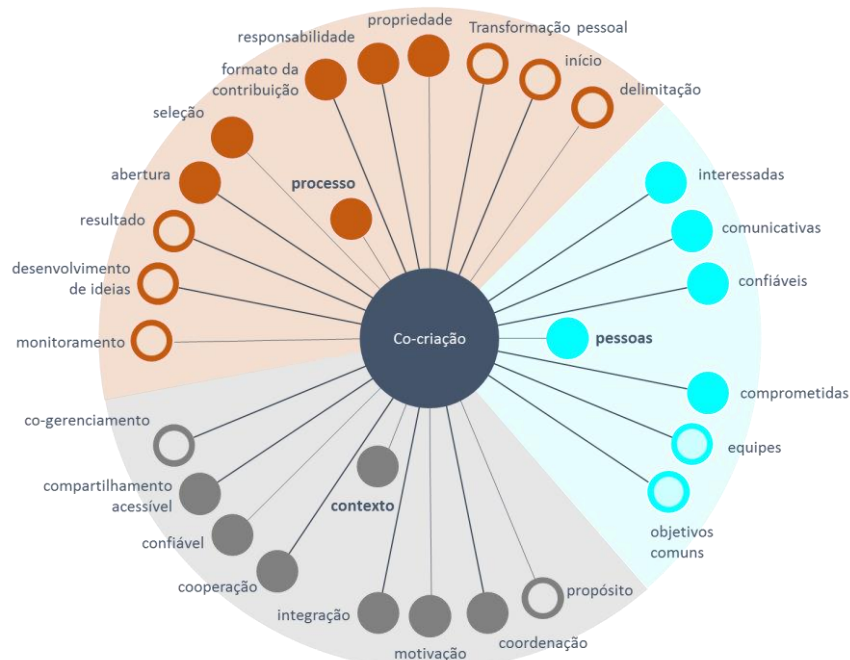


Figura 5.3 – Comparação entre constelação de atributos de cocriação teórico (a) e prático (b). Fonte: Elaborado pelo autor.

O resultado da fusão dos atributos acima citados origina uma constelação de cocriação única, com abordagem teórica-prática.



LEGENDA: Atributos gerais mais próximos e atributos específicos mais distantes ao conceito central. Atributos teóricos mostrados com círculos fechados e atributos práticos com círculos abertos.

Figura 5.4 – Fusão das constelações de atributos de cocriação teórico e prático. Fonte: Elaborado pelo autor.

Ao compararmos as constelações de atributos teóricos-práticos de vivência e de cocriação, percebe-se algumas ligações entre as abordagens “vivência” e “cocriação”, tais como atributos gerais com a mesma palavra chave (processo) em ambas as dimensões. Existem também diversas proximidades entre os termos, tais como:

- “Troca” e “Sensação de compartilhar”, ambos atributos específicos de “Encontro” em vivências com “Compartilhamento Acessível” de cocriação;
- “Conjunto de pessoas”, também pertencente ao atributo geral de vivência “Encontro” com o atributo geral de cocriação “Pessoas”;
- “Estética” e “Sentimento”, ambos atributos específicos de vivências para “Plenitude” com “Subjetivo intangível”, uma das opções do atributo específico “Resultado” em processo de cocriação;
- “Transformação Pessoal”, atributo de “Responsabilidade/Propriedade” de cocriação, com “Transformação”, dentro de “significabilidade”, e “Impacta o indivíduo”, dentro de “Imediatez”, ambos em vivência;
- “Sensação de premiação”, também atributo de “Significabilidade”, com o atributo específico de “Contexto” de cocriação.

Apesar destas pontuais correlações, não fica evidente uma correlação entre os atributos de vivência e de cocriação a ponto de se afirmar que uma depende da outra para acontecer. Esta independência fica ainda mais evidente quando comparamos os atributos lado a lado, como será feito a seguir na apresentação do modelo teórico-prático.

5.4. Modelo Teórico-Prático de Cocriação de Vivências

Baseado nas duas constelações de atributos teóricos-práticos é possível propor um primeiro modelo teórico-prático de cocriação de vivências, ainda considerado preliminar que aguarda avaliação do estudo de caso proposto no capítulo de métodos e detalhada no próximo capítulo.

Assim como a análise realizada com relação às constelações de atributo, ao analisar separadamente os atributos encontrados neste modelo teórico-prático e compará-las é possível perceber que existe uma certa independência destes atributos, o que nos faz crer que além de ser possível co-criar uma vivência, também é possível criar uma vivência ou ainda co-criar um serviço e/ou produto utilizando estes atributos apresentados neste modelo preliminar.

Este modelo teórico-prático de cocriação de vivência é um retrato do que se observou tanto na teoria, através da pesquisa bibliográfica, como na prática, através do estudo de campo. Em ambos os casos, não fica evidente uma relação determinante de coexistência de uma vivência e de uma cocriação.

Mesmo que a fundamentação teórica demonstre que existe uma propensão de que quando se cria uma vivência ela normalmente é co-criada, a tentativa de caracterizar os atributos teóricos e práticos não trazem à tona claramente esta relação.

Tabela 5.1 – Modelo teórico-prático de cocriação de vivência. Fonte: Elaborado pelo autor.

Vivência	Processo	<ul style="list-style-type: none"> • Participação: Vivenciar fazendo parte do que está acontecendo, não apenas assistindo, mas de fato participando do que está acontecendo naquele momento, a pessoa é mais agente na vivência que na experiência (DV). • Aprendizagem: Processo de aprendizado, que acontece invariavelmente em conjunto (CH). • Interativo: Algo interativo, é uma via de mão dupla (RM).
	Experimentação	<ul style="list-style-type: none"> • Prática: Na vivência a pessoa precisa pôr a mão na massa (DV); Aplicar coisas na prática (CH). • Nova experiência: Todo uma prática em que os participantes têm a oportunidade de experienciar algo que seja novo ou não desde que seja algo experienciado de uma forma diferente (RG). • Ausente de método científico: Vivência é exatamente a essência da experimentação empírica pelo indivíduo, uma vivência só é uma vivência se ela for experiencial, portanto empírica e significativa (RG); Experienciação se aproxima de vivência, significa que você precisa pensar no que aquilo representa para sua vida (JM). • Sensação de estar vivendo: Vivência é o que eu estou vivendo, é o presente (WM).
	Encontro	<ul style="list-style-type: none"> • Troca: Você absorve e também oferece alguma coisa, a balança não importa (RM). • Sensação de compartilhar: Sentimento de compartilhar, se estar junto (JM). • Conjunto de pessoas: Característica de imersão, com tempo determinado, muitas pessoas juntas aprendendo sobre um determinado tema (CH).
	Plenitude	<ul style="list-style-type: none"> • Imersão: Característica de imersão, com tempo determinado, muitas pessoas juntas aprendendo sobre um determinado tema (CH). • Estética (sentido teórico): A vivência não pode ser determinada racionalmente, conferindo “uma dimensão estética”, devendo “ser unicamente experimentado, ou melhor, ‘sentido na pele’ (Viesenteiner, 2013); (sentido prático): Ter a experiência estética junto (JM). • Sentimento (sentido teórico): Vivência é caracterizada como sentimento ou “Pathos”, um contraconceito da razão que significa padecimento em oposição a ação (Viesenteiner, 2013); (sentido prático): Tocar todos os sentidos (RM). • Ausência de consciência: Vivência é completamente inconsciente e acompanha o fluxo daquilo que vai acontecendo, enquanto que a reflexão impõe uma parada de movimento, uma ruptura e destruição da vivência (Seibt, 2012).
	Significabilidade	<ul style="list-style-type: none"> • Transformação: Sair melhor do que entrou (RM). • Intensidade: “o que é vivenciado deve ter uma intensidade de tal modo significativa, cujo resultado confere uma importância que transforma por completo o contexto geral da existência” (Viesenteiner, 2013). • Intencionalidade: “No âmbito da teorização não se vive mais na vivência, mas ela se coloca lá, aí, diante, cria um intervalo dentro da própria vivência, que a divide em polos que se põem um diante do outro, como conhecedor e conhecido, como sujeito e objeto. Isso só é possível se a vivência é extraída do seu vivo fluxo de realização, o que significa que ela se orienta intencionalmente” (Seibt, 2012). • Evento: “O vivenciar não é um processo que passa por mim e que eu posso representar como um objeto”, e neste sentido, “podemos compreender a vivência intencional como evento sendo o processo apenas uma pálida reminiscência do evento” (Fernandes, 2010). • Sensação de premiação: Conquista que estimula (JM).
	Imediatez	<ul style="list-style-type: none"> • Impacta a realidade: “O mundo, o mundo das coisas e o mundo das pessoas, o mundo do real e do ideal, enfim, o todo do ente só se nos faz acessível, só se nos dá, a partir de nossas vivências” (Fernandes, 2010). • Impacta o indivíduo: “No vivenciar, eu aconteço e, por outro lado, acontece algo comigo”. “toda vivência é sempre ‘minha’ vivência exclusivamente individual, e isso significa ‘não apenas que eu sinto, mas também que eu incondicionalmente sinto’” (Heidegger, 1987, apud Fernandes, 2010). • Ausência de legado: “vivência tem o caráter de ligação imediata com a vida”, e deste modo não é possível se vivenciar algo “através do legado de uma tradição e nem através de algo de que ‘se ouviu falar’” e por isso “o caráter de ‘imediatez’ da vivência com a vida” (Viesenteiner, 2013). • Presença Física: Presença física, você está de corpo presente (RM). • Verdade: É experiência verdadeira, é vivenciar um momento verdadeiro, é verdade (NB). • Disponibilidade: Estar atento ao dia-a-dia (ou não, tem coisas que te pegam lá na frente), estar disponível (IA).
Cocriação	Processo	<ul style="list-style-type: none"> • Atividade de seleção - Dirigida pelo Cliente: A cocriação é feita através da atividade de seleção pelo cliente (1). • Atividade de seleção - Dirigida pela Empresa: A cocriação é dirigida pela empresa (1). • Contribuições com formato – Fixo: As contribuições são definidas e possuem formato fixo (1). • Contribuições com formato – Aberto: As contribuições não são definidas permitindo inclusões abertamente (1).

(Continua na próxima página)

		<ul style="list-style-type: none"> • Abertura - Qualquer pessoa: O processo de cocriação é aberto para que qualquer pessoa possa participar (2). • Abertura - Existe seleção: O processo de cocriação não é aberto e acontece após um processo de seleção (2). • Início - Demanda Externa: O início do processo surge através de uma solicitação externa ao grupo (Autor). • Início - Inquietação Interna e Demanda Externa: Uma combinação de demanda externa com inquietação interna (Autor). • Resultado - Prático concreto: O processo resulta em um produto, serviço ou evento prático e concreto (Autor). • Resultado - Subjetivo intangível: O processo resulta em um produto, serviço ou evento com características subjetivas e intangíveis (Autor). • Resultado - Prático concreto e subjetivo intangível: Uma combinação de resultado prático concreto com o subjetivo intangível (Autor). • Monitoramento – Sim: O resultado da cocriação é monitorado para possíveis melhorias futuras (Autor). • Monitoramento – Não: Não existe monitoramento durante a execução do resultado da cocriação (Autor). • Delimitação - Bem delimitado: O desenvolvimento da fase de levantamento de dados acontece separadamente da fase de concepção (Autor). • Delimitação - Parcialmente delimitado: O desenvolvimento da fase de levantamento de dados se mistura com a fase de concepção (Autor). • Delimitação - Mal delimitado: O desenvolvimento das fases de levantamento de dados e de concepção acontecem quase simultaneamente (Autor). • Transformação Pessoal: Criar em conjunto é fundamental para o crescimento (NB). • Desenvolvimento de ideias: Processos de criação de soluções, de desenvolvimento de ideias que acontecem em conjunto e que não tem resultado esperado (CH).
	Pessoas	<ul style="list-style-type: none"> • Interessados: (Interesse) Sentimento que acompanha a atenção dirigida para um conteúdo específico (DM). • Confiáveis: (Confiança) Segurança íntima com que se procede. Crédito, fé. Boa fama. Segurança e bom conceito. Esperança firme. Familiaridade (DM). • Comprometidas: Comprometimento: Ação de comprometer, empenhar, envolver-se em uma responsabilidade funesta (DM). • Comunicativas: Comunicação: Ação, efeito ou meio de comunicar. Processo pelo qual ideias e sentimentos se transmitem de indivíduo para indivíduo, tornando possível a interação social (DM). • Equipes: Criação conjunta, que pode ser em conjunto de uma equipe, de várias equipes, de empresas diferentes (RM). • Objetivos comuns: Co-criar algo é estabelecer o “o que” em o “como”, baseando sempre num “porque”, e paralelamente a isso, existe um processo de criação compartilhada, aonde o “o que” já está estabelecido e o grupo tem uma participação efetiva no processo do “como” realizar, alinhados sempre com um mesmo “porque” (RG). • Integração: Ato ou processo de integrar; incorporação, complemento. Condição de constituir um todo pela adição ou combinação de partes ou elementos. Ajustamento recíproco dos elementos constitutivos de uma dada cultura de modo a formar um todo equilibrado (DM). • Motivação: Ato de motivar. Processo de iniciação de uma ação consciente e voluntária (DM).
	Contexto	<ul style="list-style-type: none"> • Coordenação: Ação ou efeito de coordenar. Disposição ou classificação na mesma ordem. Colaboração harmoniosa de partes e sequência normal de funções (DM). • Confiável: (Confiança) Segurança íntima com que se procede. Crédito, fé. Boa fama. Segurança e bom conceito. Esperança firme. Familiaridade (DM). • Compartilhamento acessível: De fácil acesso. A que se pode chegar; aproximável. Que se pode alcançar, conseguir ou possuir. Compreensível, inteligível (DM). • Propósito: Alguém realmente traz uma contribuição que seja pertinente, que desenvolva alguma coisa, é diferente de inspiração, cocriação existe quando existe propósito e intenção (IA). • Co-gerenciamento: Cocriação e Co-gerenciamento adam juntos. Cocriação é muito fácil. Manutenção é a mais importante (JM).

LEGENDA FONTES: Elaborada pelo autor a partir de (1) O’Hern & Rindfleisch, 2008; e (2) Pater, 2009; (DM) Dicionário da língua portuguesa MICHAELIS

6. AVALIAÇÃO DO MODELO PROPOSTO

Determinado os atributos teóricos e prático, é hora de se colocar à prova o modelo teórico-prático preliminar. Neste capítulo eu apresento um estudo de caso no qual busco verificar o modelo encontrado em uma dinâmica criada especialmente para testar os atributos encontrados no decorrer deste trabalho.

6.1 Método

Esta última fase, tem como objetivo avaliar o MODELO TEÓRICO-PRÁTICO PRELIMINAR em um estudo de caso dentro de um contexto prático.

É no estudo de caso que se busca a aplicação prática de conhecimentos para a solução de problemas sociais (Boaventura, 2004). Gil (2008) complementa afirmando que as pesquisas com esse tipo de natureza aplicada estão voltadas mais para a aplicação imediata de conhecimentos em uma realidade circunstancial, relevando o desenvolvimento de teorias. De acordo com Yin (2002), os estudos de casos são fortes em realismo e em validade interna, porém, não apresentam validade estatística para que se possam generalizar os fatos observados, além de serem difíceis de replicações.

O estudo de caso acontecerá no contexto gastronômico por dois motivos. Primeiramente por se tratar de um dos setores dentro da Economia Criativa (indústria do espetáculo, entretenimento noturno, entre outros), e como visto na fundamentação teórica, já aplica algumas abordagens de experiência transformadora ou autêntica e, inclusive, de vivências.

Apenas para exemplificar, todo o movimento *Slowfood*, fundado por Carlo Petrini em 1986 e que conta hoje com mais de 100 mil associados em todo o mundo, tem sua filosofia baseada na vivência ao redor da alimentação. “A forma como nos alimentamos tem profunda influência no que nos rodeia - na paisagem, na biodiversidade da terra e nas suas tradições” (Site do *Slowfood* Brasil, 2015).

O segundo motivo é o fato do contexto gastronômico ser o principal contexto de atuação do pesquisador, facilitando assim o acesso e a viabilidade deste estudo de caso.

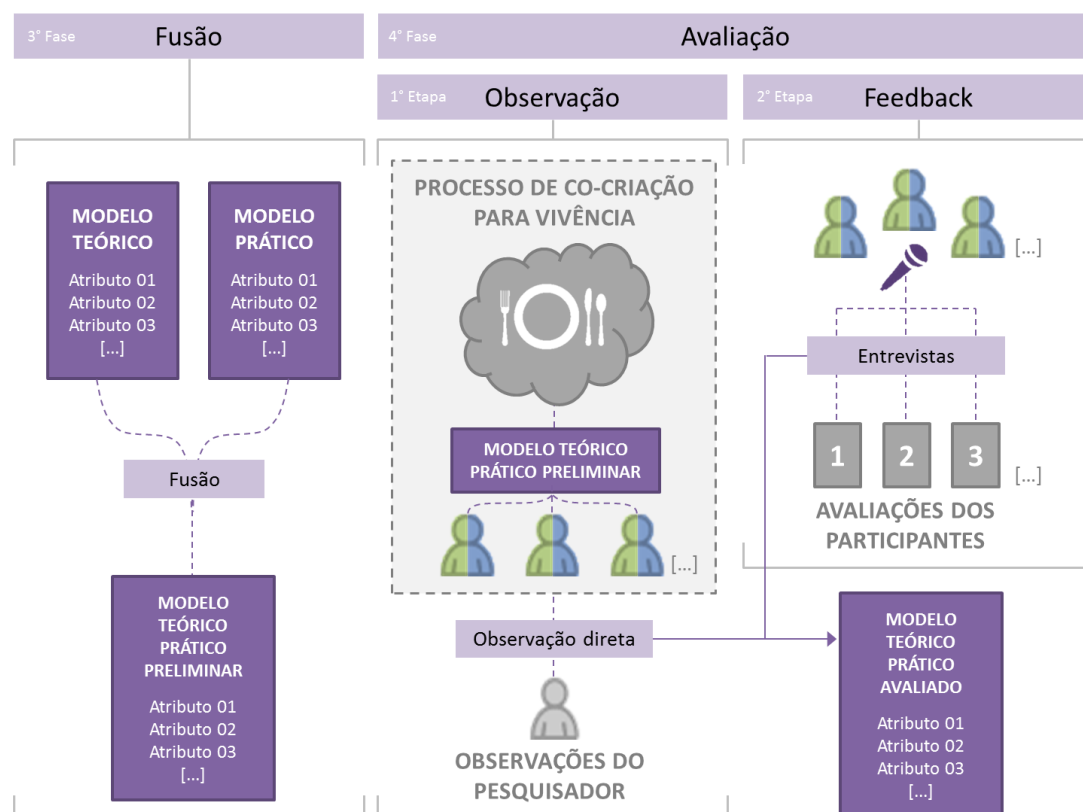


Figura 6.1 – Quadro resumo da Fase 03: Fusão e Fase 04: Avaliação. Fonte: Elaborado pelo autor.

i. Técnicas de Coleta

Segundo Yin (2001), “o estudo de caso como estratégia de pesquisa compreende um método que abrange tudo – com a lógica de planejamento incorporando abordagens específicas à coleta de dados e à análise de dados” (Yin, 2001).

Deste modo, toda a fase 4 acontece dentro de um estudo de caso, que é “quando envolve o estudo profundo e exaustivo de um ou poucos objetos de maneira que permita o seu amplo e detalhado conhecimento (Yin, 2001, apud Prodanov, 2013), que se difere de uma pesquisa-ação, que acontece quando existe uma estreita associação entre a ação e a resolução de um problema coletivo, pois não se propõe que “nela os pesquisadores pretendem desempenhar um papel ativo na própria realidade dos fatos observados” (Prodanov, 2013).

Para realizar o estudo de caso com êxito, o pesquisador também deve estar preparado para fazer uso de várias fontes de evidências oferecendo condições para que haja fidedignidade e validade dos achados por meio de triangulações de informações (Prodanov, 2013). Ainda segundo Prodanov (2013) o investigador recorre às fontes múltiplas de dados e a métodos de coleta diversificados, dentre elas, observações diretas e entrevistas.

A técnica de observação, segundo Prodanov (2013), pode ser muito útil para a obtenção de informações, pois, mais do que somente perguntar, podemos constatar um comportamento.

Sua utilização como técnica tem algumas importantes restrições a serem consideradas, desde a falta de objetividade do observador até a dificuldade de prever o momento da ocorrência de um determinado fato para ser observado (Prodanov, 2013), necessitando máxima atenção do pesquisador.

Neste estudo optou-se por uma observação assistemática, ou seja, não estruturada (também denominada espontânea). Ela “consiste em recolher e registrar os fatos da realidade sem que o pesquisador utilize meios técnicos especiais ou precise fazer perguntas diretas. É mais empregada em estudos exploratórios e não tem planejamento e controle previamente elaborados” (Prodanov, 2013).

ii. Procedimentos de Coleta

Todo o desenvolvimento do estudo de caso será feito com uma empresa pré-estabelecida pelo autor. A empresa escolhida foi a Vivah Eventos Ltda, que a partir de agora será denominada somente por Vivah, do qual o autor é sócio fundador, o que facilita a aplicação deste estudo de caso de forma rápida e sem perder qualquer tipo de informação que poderia ser confidenciais por outra empresa.

Segundo Prodanov (2013), “por lidar com fatos/fenômenos normalmente isolados, o estudo de caso exige do pesquisador grande equilíbrio intelectual e capacidade de observação (‘olho clínico’), além de parcimônia (moderação) quanto à generalização dos resultados”, endossando ainda mais a escolha da empresa do qual o autor faz parte.

A empresa escolhida, tem como base fundamental para a criação de qualquer serviço, a cocriação e a busca por vivências, tendo inclusive a expressão “Vivências Gastronômicas” como subtítulo da marca.

A Vivah é uma empresa que cria e oferece serviços com a proposta de valor de potencializar novas histórias e ideias através de vivências gastronômicas. Esta vivência gastronômica somente ocorre quando a comida é experimentada através dos cinco sentidos e é enriquecida com as histórias que cada prato, ingrediente ou modo de preparo têm para contar.

Além de três sócios, que estão envolvidos desde o relacionamento com os clientes, buscando compreender seus anseios em relação à vivência, na busca por fornecedores e parceiros que garantam a qualidade em produtos e serviços, até à concepção dos pratos e entrega das vivências gastronômicas aos participantes, a Vivah trabalha também com uma rede de profissionais, como *chefs* de cozinha, produtores de ingrediente, bebida e utensílios, através de um processo de cocriação.

Na primeira etapa, o MODELO TEÓRICO-PRÁTICO PRELIMINAR será apresentado na forma de uma dinâmica aos participantes que irão participar da cocriação de uma vivência. Após a apresentação dos procedimentos, será feito um convite para que eles co-criem algum serviço ou evento utilizando o modelo apresentado. Os participantes terão um período de aproximadamente duas horas para executar a tarefa.

Nesta etapa, o autor não poderá interferir na cocriação propriamente dita desta vivência, podendo apenas acompanhar através de uma observação direta do processo. As possíveis

dificuldades de interpretação do modelo serão objeto do estudo nesta fase de avaliação. O pesquisador tomará nota durante toda a observação, gerando um relatório final desta atividade.

Terminado o período de cocriação, uma nova etapa se inicia. Uma entrevista semi-estruturada com os participantes da cocriação será feita. Esta entrevista será dividida em aspectos gerais do modelo, em uma lista das vantagens e desvantagens, e, por fim, em considerações finais para o modelo apresentado. Estas entrevistas serão gravadas com o auxílio de gravadores de áudio e vídeos, e depois transcritas.

O objetivo é descobrir se os modelos e seus atributos foram compreendidos, bem como as vantagens e desvantagens do modelo proposto.

iii. Análise dos Dados

Tendo em mãos o relatório gerado através da observação direta do processo de cocriação de vivências, e também as respostas das entrevistas feitas logo após esta atividade com os co-criadores de vivência, será feita uma análise de dados.

Serão analisadas, de forma qualitativa, diversas características tais como, possíveis dificuldades e dúvidas quanto a interpretação do modelo, identificar possíveis ajustes na aplicação do modelo, passando o MODELO TEÓRICO-PRÁTICO PRELIMINAR para o status de MODELO TEÓRICO-PRÁTICO AVALIADO.

6.2. Formulação do problema e Definição da unidade-caso

Para que o estudo de caso tenha êxito nos seus objetivos, é fundamental que o problema seja formulado de maneira precisa.

Neste trabalho, busca-se averiguar o modelo de cocriação de vivências proposto, construído a partir dos atributos teóricos e práticos, apresentados nas constelações de atributos nos capítulos anteriores.

Para Gil (2002), a unidade caso unidade-caso “refere-se a um indivíduo num contexto definido”, porém, Gil continua, este conceito ampliou-se “a ponto de poder ser entendido como uma família ou qualquer outro grupo social um pequeno grupo, uma organização, um conjunto de relações, um papel social, um processo social, uma comunidade, uma nação ou mesmo toda uma cultura”, podendo ser entendidos ainda através do ponto de vista espacial ou temporal.

Para a avaliação da proposta de modelo de cocriação de vivências, a unidade-caso foi definida como um episódio, com contexto definido, no qual um pequeno grupo se organizaria para resolver uma problemática definida em um determinado tempo.

A fim de conseguir êxito na resolução desta problemática, determinou-se uma dinâmica que apresentaria aos participantes do estudo de caso o modelo de cocriação de vivências teórico e prático proposto. Esta dinâmica será apresentada de forma detalhada a seguir.

Neste contexto, este episódio pode ser considerado um caso típico de estudo de caso instrumental, que segundo Gil, “é aquele que é desenvolvido com o propósito de auxiliar no conhecimento ou redefinição de determinado problema” no qual o “pesquisador não tem interesse específico no caso, mas reconhece que pode ser útil para alcançar determinados objetivos”. (Gil, 2002)

Optou-se por escolher um caso único nesta etapa de validação pois acredita-se que o estudo de caso escolhido seja considerado apenas o início de um ciclo maior de validações futuras, tanto para o modelo apresentado, quanto para sua dinâmica intrínseca. Com o objetivo principal do trabalho de mapear os atributos teóricos e práticos para a construção de um modelo de cocriação de vivências, este episódio de validação está sendo considerado um gerador de cenários, ideias e incertezas comparado a uma validação definitiva do modelo e da dinâmica.

6.3. Protocolo de Coleta de Dados

O protocolo, que busca aumentar a confiabilidade do estudo de caso (Gil, 2002), foi construído e executado especialmente para a apresentação do modelo de cocriação de vivências proposto.

Para sua formulação, foram utilizadas as recomendações de Yin (2001), que inclui as seções (a) visão global do projeto; (b) procedimentos de campo; (c) determinação das questões; (d) guia para elaboração do relatório.

No que diz respeito à visão global do projeto, foram considerados os propósitos e os cenário que foram desenvolvidos neste trabalho, notadamente o mapa dos atributos teórico e prático, esquematizados nas constelações de atributos.

Para os procedimentos de campo, que segundo Yin (2001), “envolvem acesso às organizações ou informantes, material e informações gerais sobre procedimentos a serem desenvolvidos”, foi desenvolvido uma dinâmica própria que será apresentada detalhadamente agora.



Figura 6.2 – Início da dinâmica. Fonte: Elaborado pelo autor.

A dinâmica foi construída para ser executada em grupo, com a ideia principal de oportunizar o planejamento do processo de cocriação e discussão e definição das características da vivência a ser criada.

O material da dinâmica está dividido em quatro tipos: tabuleiro, cartas-atributos, roteiro da dinâmica e suporte para anotações.

Não se buscou criar uma dinâmica pautada nos estudos de design de jogos, nem se levou em consideração qualquer recomendação desta área de conhecimento. O único motivo desta postura se deve ao fato de que a criação desta dinâmica não seja um dos objetivos deste trabalho desenvolvido, e a criação da mesma se mostrou necessária apenas para atestar de forma rápida e prática os atributos presentes no modelo proposto.

Ao todo são três tabuleiros, divididos em dois tipos. O primeiro tabuleiro é para planejar a cocriação e contém três categorias: Processo, Pessoas e Contexto; O segundo e o terceiro tabuleiros, são para a discussão das características da vivência, e contém seis categorias: Plenitude, Significabilidade, Imediatez, Processo, Imersão e Encontro.

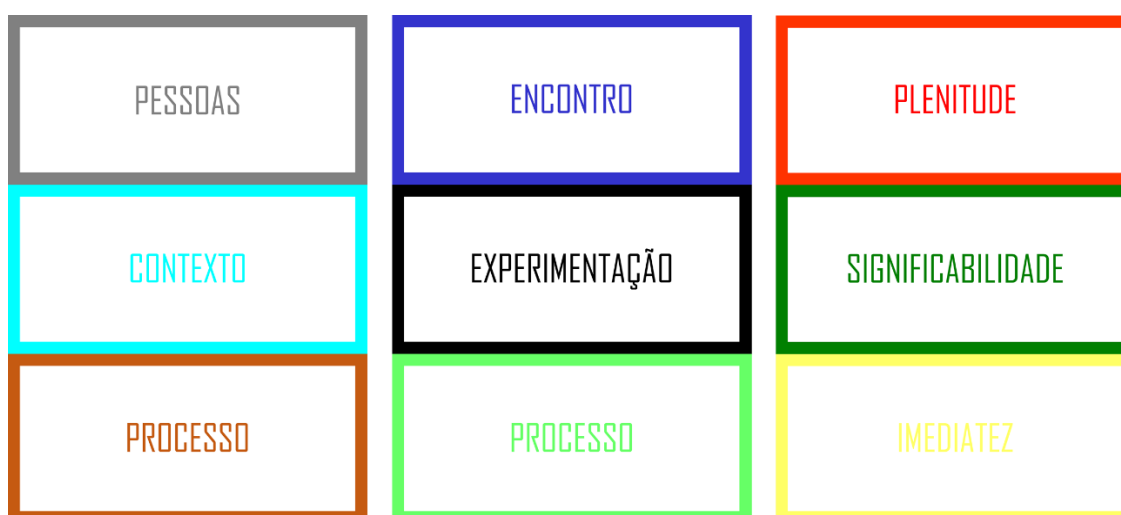


Figura 6.3 – Material: 3 tabuleiros divididos em 9 categorias. Fonte: Elaborado pelo autor.

Cada categoria nos tabuleiros está representada por uma cor, e estas categorias se relacionam às cartas de atributos, possuindo as mesmas cores de identificação. Ao todo são 60 cartas-atributos.

As categorias escolhidas para configurar o tabuleiro, foram construídas a partir dos atributos gerais, enquanto que as cartas-atributo foram criadas a partir dos atributos específicos, encontrados no MODELO TEÓRICO PRÁTICO PRELIMINAR. Optou-se por chamar os atributos gerais de categorias e os atributos específicos de cartas-atributo para facilitar a comunicação com os participantes da dinâmica.

Cada carta de atributo possui frente e verso. Na frente se encontra o nome do atributo e uma pequena definição, normalmente retirada do dicionário. Algumas cartas, possuem também ou um símbolo, que representa seu significado, ou sua definição original, exportada dos textos da referência teórica. E no verso, a carta-atributo possui uma pergunta relacionada ao atributo.

Diferentemente do restante, as cartas de atributos da categoria “processo” na cocriação, coloridas em marrom, são fechadas e excluem umas às outras por serem auto-excludentes.

Por terem esta particularidade, estas cartas estão dispostas em grupos e guardadas em um envelope separado das outras cartas. No grupo Início, por exemplo, se o grupo escolher entre as cartas de atributos “Inquietação Interna” ou “Demanda Externa” ou “Ambas”, precisará deixar a escolhida no tabuleiro e as outras não escolhidas à margem da dinâmica.

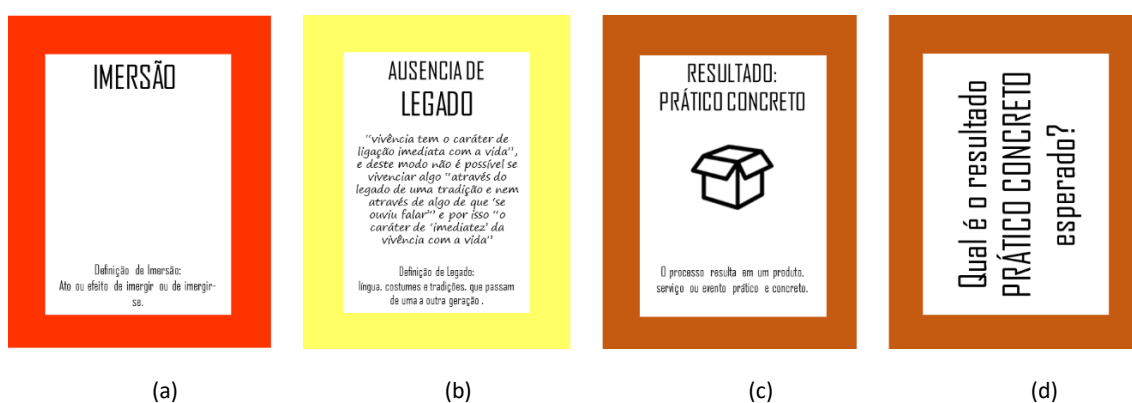


Figura 6.4 – Cartas-atributo: detalhe da frente de três cartas - (a) com título e pequena definição, (b) com definição original, (c) com símbolo - e do verso (d) de uma carta. Fonte: Elaborado pelo autor.

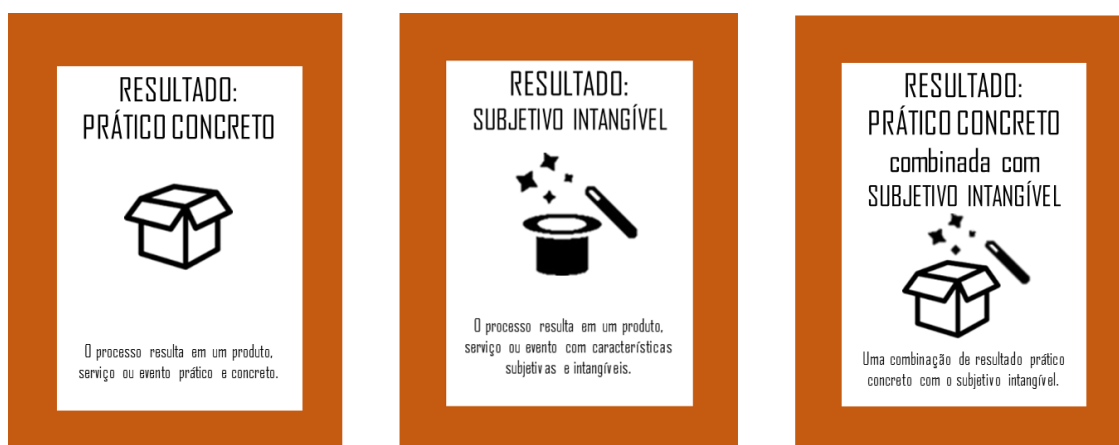


Figura 6.5 – Cartas-atributo da categoria processo de cocriação. Detalhe para o grupo de 3 cartas do atributo início. Fonte: Elaborado pelo autor.

Com os tabuleiros de cada categoria e as com cartas-atributos posicionadas com o título do atributo à mostra (frente), a dinâmica consiste em escolher as cartas de atributos para que a cocriação de vivências seja mapeada, e em seguida, com as perguntas à mostra (verso), responde-las, detalhando assim a vivência.

A dinâmica foi pensada para seja executada da forma mais aberta possível, sem ordem específica para que a dinâmica seja feita, podendo ser iniciada com qualquer categoria do tabuleiro ou com qualquer carta de atributos, bem como não é necessário que todas as cartas de atributos sejam escolhidas em cada categoria correspondente. Existe até a possibilidade de utilizar uma carta de atributo em outra categoria, diferente da inicialmente prevista (cores diferentes), caso o grupo sinta necessidade disso.

A dinâmica foi pensada para se ter duas fases bem distintas: o mapeamento e o detalhamento.

O mapeamento consiste em determinar quais são os atributos e as categorias importantes para aquela determinada cocriação de vivências. Para isso as cartas-atributos precisam ser escolhidas e posicionadas nas categorias respectivas do tabuleiro.

Para que o processo de detalhamento se inicie, é preciso que as perguntas presentes no verso das cartas sejam respondidas. As respostas para as perguntas podem ser anotadas em um suporte de anotações, que pode ser um caderno ou documentadas em meio digital, conforme conveniência do grupo.

Os participantes são livres para determinar a forma com que irão trabalhar as características de mapeamento e/ou de detalhamento. Eles podem tanto mapear e detalhar simultaneamente, e para isso escolher a carta-atributo pelo seu título (frente) e já responder à pergunta que se encontra em seu verso. Ou ainda pode mapear todas as cartas-atributos que lhe convém e depois responde-las uma a uma, até completar o detalhamento.

Não é necessário que todas as cartas sejam respondidas para que dê seguimento à dinâmica, podendo voltar no momento que quiser para responde-las. Não é necessário sequer responde-las caso a intenção seja apenas mapear a cocriação da vivência.

Como todos os atributos tiveram sua origem em uma pesquisa teórica e/ou em práticas de mercado, através das entrevistas, a dinâmica previu que os atributos poderiam ser insuficientes para algumas especificidades de cada grupo, e neste caso, disponibilizou algumas cartas de atributos 'coringas', com frente e verso em branco para que elas possam ser usadas para criar atributos novos e específicos.

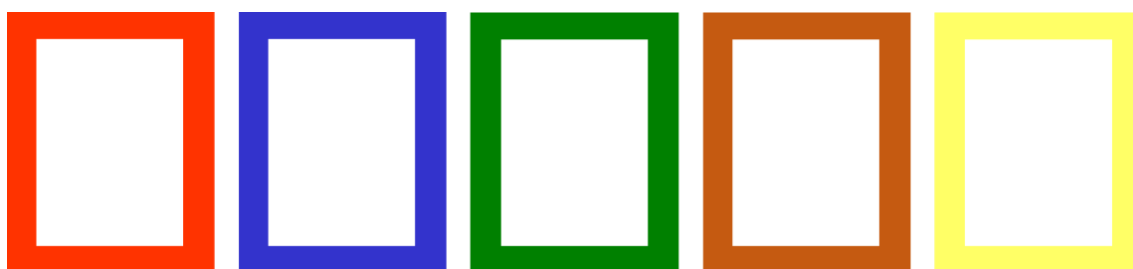


Figura 6.6 – Cartas-atributo coringas. Fonte: Elaborado pelo autor.

Juntamente com todos os materiais citados, foi disponibilizado um roteiro para esclarecimento da dinâmica, lido no início da dinâmica. Segue na íntegra o roteiro apresentado:

Roteiro de apresentação da dinâmica de Cocriação de Vivências

Vocês estão aqui para participar da cocriação da vivência [Tema], que nos foi encomendada por [Empresa].

A ideia desta dinâmica é que vocês possam planejar seu processo de cocriação e discutir ou mesmo definir as características para a vivência que estão criando.

O material da dinâmica é o seguinte (Mostrar os elementos enquanto explica para os participantes):

- 1 tabuleiro para planejar a cocriação que contém 3 categorias: Processo, Pessoas e Contexto;
- 2 tabuleiros para a discussão das características da vivência que contém 6 categorias: Plenitude, Significabilidade, Imediatez, Processo, Imersão e Encontro;

Cada tabuleiro contém categorias que se relacionam às cartas de atributos, possuindo as mesmas cores de identificação. (Mostrar elementos)

Cada carta de atributo possui na frente o nome do atributo e uma definição, e no verso uma pergunta relacionada ao atributo. (Mostrar elementos)

Com o tabuleiro de categorias à disposição e as cartas de atributos posicionadas com o nome do atributo à mostra (frente), a dinâmica consiste em escolher as cartas de atributos para que a cocriação de vivências seja mapeada, e em seguida responde-las, detalhando assim sua vivência.

Não existe uma ordem específica para que a dinâmica seja feita, podendo ser iniciada com qualquer categoria do tabuleiro ou com qualquer carta de atributos.

Para cada categoria no tabuleiro, não é necessário que todas as cartas de atributos sejam escolhidas, mas sim apenas aquelas que contenham atributos pertinentes a vivência que se pretende co-criar.

As cartas de atributos da categoria “processo” (marrom) podem excluir umas às outras, e por isso estão dispostas em grupos. Por exemplo no grupo Início, o grupo deverá escolher entre as cartas de atributos “Inquietação Interna” ou “Demanda Externa” ou “Ambas”, deixando a escolhida no tabuleiro e as não escolhidas a margem da dinâmica.

Uma vez escolhidas as cartas de atributos já posicionadas nas categorias respectivas do tabuleiro, pode-se começar a desvirar as cartas e responder as perguntas que se encontram no verso, iniciando o processo de detalhamento da vivência. Não é necessário que todas as cartas sejam respondidas para que dê seguimento à dinâmica, podendo voltar no momento que quiser para responde-las. Não é necessário sequer responde-las caso a intenção seja apenas mapear a cocriação da vivência.

As respostas para estas perguntas podem ser anotadas em um caderno ou documentadas em meio digital, conforme conveniência do grupo.

Todos os atributos tiveram sua origem em uma pesquisa teórica e em práticas de mercado, porém podem ser insuficientes para algumas especificidades. Para isso existem algumas cartas de atributos coringas, com frente e verso em branco. Elas podem ser usadas para criar atributos novos e específicos para sua cocriação de vivência.

Existe ainda a possibilidade de utilizar uma carta de atributo em outra categoria, diferente da inicialmente prevista (cores diferentes), caso o grupo sinta necessidade disso.

Ao final da dinâmica, pode-se contar a quantidade de cartas escolhidas para cada categoria e ter-se uma ideia de quais categorias terão mais foco na cocriação de vivências.

Figura 6.7 – Roteiro de apresentação da dinâmica. Fonte: Elaborado pelo autor.

Seguindo as recomendações de Yin (2001) para a formulação do protocolo do estudo de caso, a determinação das questões e o guia para a elaboração do relatório, são fundamentais para o correto entendimento dos resultados obtidos.

Para Yin (2001), “as questões não são propriamente as que deverão ser formuladas aos informantes, mas constituem essencialmente lembranças acerca das informações que devem ser coletadas e devem estar acompanhadas das prováveis fontes de informação” e o guia para elaboração do relatório “é muito importante, pois, com frequência, o relatório é elaborado paralelamente à coleta de dados”.

Com estas duas premissas estabelecidas, foram escolhidos três tipos de monitoramento durante a dinâmica entre os participantes. Primeiramente foi construído um roteiro de entrevista para ser feito logo após o término da dinâmica e que será apresentado a seguir. Outra decisão importante foi o monitoramento ao vivo da dinâmica pelo pesquisador, a fim de anotar as principais percepções durante todo o processo da cocriação da vivência. E por fim, foi decidido filmar toda a dinâmica, garantindo assim a possível recuperação de algum detalhe ou característica que possa ter passado despercebido pelo monitoramento do pesquisador.

Segue o roteiro de entrevista aplicado:

- 1 - Como você se sentiu enquanto participava dessa dinâmica?
- 2 - Você já havia participado de alguma dinâmica semelhante a essa? Descreva.
- 3 - Você sentiu alguma dificuldade em entender o significado das categorias (tabuleiro) ou dos atributos (cartas)?
- 4 - Quais foram suas dificuldades na dinâmica?
- 5 - Quais foram seus êxitos na dinâmica?
- 6 - No que essa dinâmica lhe auxiliou / atrapalhou na cocriação dessa vivência?
- 7 - Você usaria esta dinâmica para co-criar vivências na sua empresa? Porque sim ou porque não?
- 8 - Você escolheria outra forma (diferente de tabuleiro e cartas) de explorar esta dinâmica de cocriação de vivências?
- 9 – Você teria algumas sugestões para melhorar a dinâmica?

Além da construção da dinâmica já descrita até o momento, o estudo de caso exigiu uma adaptação do modelo à dinâmica, para que o protocolo do estudo de caso tivesse êxito. Esta adaptação ocorreu principalmente na formulação das definições das cartas-atributos.

As definições dos atributos gerais e específicos foram retiradas, ou das definições encontradas na literatura no caso dos termos teóricos, ou das definições cedidas pelos entrevistados, com suas próprias palavras, no caso dos termos práticos, conforme apresentadas nos capítulos de modelagem de cada modelo.

A fim de se obter uma homogeneização das definições teóricas e práticas, optou-se por incluir em todas as cartas-atributos as definições encontradas no dicionário *online* da língua portuguesa Michaelis. A seguir são apresentadas as definições utilizadas nas cartas-atributo:

Tabela 6.1 – Tabela de conversão de definição. Fonte: Elaborado pelo autor.

		Definição encontrada no modelo	Definição do dicionário
Vivência	Processo	<ul style="list-style-type: none"> • Participação: Vivenciar fazendo parte do que está acontecendo, não apenas assistindo, mas de fato participando do que está acontecendo naquele momento, a pessoa é mais agente na vivência que na experiência (DV). • Aprendizagem: Processo de aprendizado, que acontece invariavelmente em conjunto (CH). • Interativo: Algo interativo, é uma via de mão dupla (RM). 	<ul style="list-style-type: none"> • Ato ou efeito de participar, comunicar, fazer saber, informar. Ter ou tomar parte em. • Ação de aprender qualquer ofício, arte ou ciência. Denominação geral dada a mudanças permanentes de comportamento como resultado de treino ou experiência anterior; processo pelo qual se adquirem essas mudanças. • Ação recíproca de dois ou mais corpos uns nos outros. Atualização da influência recíproca de organismos inter-relacionados. Ações e relações entre os membros de um grupo ou entre grupos de uma sociedade.
	Experimentação	<ul style="list-style-type: none"> • Prática: Na vivência a pessoa precisa pôr a mão na massa (DV); Aplicar coisas na prática (CH). • Nova experiência: Todo uma prática em que os participantes têm a oportunidade de experimentar algo que seja novo ou não desde que seja algo experienciado de uma forma diferente (RG). • Ausente de método científico: Vivência é exatamente a essência da experimentação empírica pelo indivíduo, uma vivência só é uma vivência se ela for experiencial, portanto empírica e significativa (RG); Experienciação se aproxima de vivência, significa que você precisa pensar no que aquilo representa para sua vida (JM). • Sensação de estar vivendo: Vivência é o que eu estou vivendo, é o presente (WM). 	<ul style="list-style-type: none"> • Ação ou efeito de praticar. Realização de qualquer ideia ou projeto. Modo ou método usual de fazer qualquer coisa. Maneira de proceder; uso, costume. • (Experiência) Ato ou efeito de experimentar. Conhecimento adquirido graças aos dados fornecidos pela própria vida. Ensaio prático para descobrir ou determinar um fenômeno, um fato ou uma teoria; experimento, prova. Conhecimento das coisas pela prática ou observação. Uso cauteloso e provisório. Tentativa. Perícia, habilidade que se adquirem pela prática. • (Método) Conjunto dos meios dispostos convenientemente para alcançar um fim e especialmente para chegar a um conhecimento científico ou comunicá-lo aos outros. • Viver: Existir, ter vida. Existir
	Encontro	<ul style="list-style-type: none"> • Troca: Você absorve e também oferece alguma coisa, a balança não importa (RM). • Sensação de compartilhar: Sentimento de compartilhar, se estar junto (JM). • Conjunto de pessoas: Característica de imersão, com tempo determinado, muitas pessoas juntas aprendendo sobre um determinado tema (CH). 	<ul style="list-style-type: none"> • Ato ou efeito de trocar. Conversão, mudança, transformação. Compensação, recompensa. • Compartilhar: Participar de, ter ou tomar parte em. • (Conjunto) Junto simultaneamente. Ligado. Anexo, contíguo, próximo.
	Plenitude	<ul style="list-style-type: none"> • Imersão: Característica de imersão, com tempo determinado, muitas pessoas juntas aprendendo sobre um determinado tema (CH). • Estética (sentido teórico): A vivência não pode ser determinada racionalmente, conferindo “uma dimensão estética”, devendo “ser unicamente experimentado, ou melhor, ‘sentido na pele’ (Viesenteiner, 2013); (sentido prático): Ter a experiência estética junto (JM). • Sentimento (sentido teórico): Vivência é caracterizada como sentimento ou “Pathos”, um contraconceito da razão que significa padecimento em oposição a ação (Viesenteiner, 2013); (sentido prático): Tocar todos os sentidos (RM). • Ausência de consciência: Vivência é completamente inconsciente e acompanha o fluxo daquilo que vai 	<ul style="list-style-type: none"> • Ato ou efeito de imergir ou de imergir-se. • Estudo que determina o caráter do belo nas produções naturais e artísticas. Filosofia das belas-artes. Harmonia das formas e coloridos. • Faculdade ou capacidade de sentir, de receber impressões mentais. Sensação psíquica. Emoção terna ou elevada. • Ato em virtude do qual o pensamento se volta sobre si mesmo para examinar seus elementos e combinações.

Cocriação	Significabilidade	acontecendo, enquanto que a reflexão impõe uma parada de movimento, uma ruptura e destruição da vivência (Seibt, 2012).	Atenção aplicada às operações do entendimento, aos fenômenos da consciência e às próprias ideias.
		<ul style="list-style-type: none"> • Transformação: Sair melhor do que entrou (RM). • Intensidade: “o que é vivenciado deve ter uma intensidade de tal modo significativa, cujo resultado confere uma importância que transforma por completo o contexto geral da existência” (Viesenteiner, 2013). • Intencionalidade: “No âmbito da teorização não se vive mais na vivência, mas ela se coloca lá, aí, diante, cria um intervalo dentro da própria vivência, que a divide em polos que se põem um diante do outro, como conhecedor e conhecido, como sujeito e objeto. Isso só é possível se a vivência é extraída do seu vivo fluxo de realização, o que significa que ela se orienta intencionalmente” (Seibt, 2012). • Evento: “O vivenciar não é um processo que passa por mim e que eu posso representar como um objeto”, e neste sentido, “podemos compreender a vivência intencional como evento sendo o processo apenas uma pálida reminiscência do evento” (Fernandes, 2010). • Sensação de premiação: Conquista que estimula (JM). 	<ul style="list-style-type: none"> • Ato ou efeito de transformar ou de se transformar. Mudança de uma forma ou figura em outra; metamorfose. Alteração, reforma. • Intenso: Que se manifesta em alto grau. Forte, enérgico, veemente. • (Intenção) O próprio fim a que se visa. Intento, pensamento, propósito. • Acontecimento, sucesso. • (Prêmio) Recompensa. Distinção conferida por certos trabalhos ou por certos méritos.
	Imediatez	<ul style="list-style-type: none"> • Impacta a realidade: “O mundo, o mundo das coisas e o mundo das pessoas, o mundo do real e do ideal, enfim, o todo do ente só se nos faz acessível, só se nos dá, a partir de nossas vivências” (Fernandes, 2010). • Impacta o indivíduo: “No vivenciar, eu aconteço e, por outro lado, acontece algo comigo”. “toda vivência é sempre ‘minha’ vivência exclusivamente individual, e isso significa ‘não apenas que eu sinto, mas também que eu incondicionalmente sinto’” (Heidegger, 1987, apud Fernandes, 2010). • Ausência de legado: “vivência tem o caráter de ligação imediata com a vida”, e deste modo não é possível se vivenciar algo “através do legado de uma tradição e nem através de algo de que ‘se ouviu falar’” e por isso “o caráter de ‘imediatez’ da vivência com a vida” (Viesenteiner, 2013). • Presença Física: Presença física, você está de corpo presente (RM). • Verdade: É experiência verdadeira, é vivenciar um momento verdadeiro, é verdade (NB). • Disponibilidade: Estar atento ao dia-a-dia (ou não, tem coisas que te pegam lá na frente), estar disponível (IA). 	<ul style="list-style-type: none"> • (Real): Que existe; que tem existência no mundo dos sentidos; que não é imaginário, verdadeiro; ontológico. • (Indivíduo) Que não se divide; indiviso. Pessoa considerada isoladamente em relação a uma coletividade. • (Legado) Língua, costumes e tradições, que passam de uma a outra geração • (Presença) Fato de estar presente. Existência, estado ou comparecimento de alguém num lugar determinado. Existência de uma coisa em um dado lugar. • Aquilo que é ou existe iniludivelmente. Conformidade das coisas com o conceito que a mente forma delas. Concepção clara de uma realidade. Realidade, exatidão. • (Disponível) De que se pode dispor. Pessoa desvinculada de interesses imediatistas, disposta a cooperar.
Cocriação	Processo	<ul style="list-style-type: none"> • Atividade de seleção - Dirigida pelo Cliente: A cocriação é feita através da atividade de seleção pelo cliente (1). • Atividade de seleção - Dirigida pela Empresa: A cocriação é dirigida pela empresa. • Contribuições com formato – Fixo: As contribuições são definidas e possuem formato fixo. • Contribuições com formato – Aberto: As contribuições não são definidas permitindo inclusões abertamente. • Abertura - Qualquer pessoa: O processo de cocriação é aberto para que qualquer pessoa possa participar. • Abertura - Existe seleção: O processo de cocriação não é aberto e acontece após um processo de seleção. • Responsabilidade/propriedade - Apenas Iniciador: As responsabilidades, assim como a propriedade da criação, ficam apenas com o iniciador do processo. 	<ul style="list-style-type: none"> • (A própria definição elaborada pelo autor a partir de O’Hern & Rindfleisch foi usada na definição das cartas). • (idem item acima) • (idem item acima) • (idem item acima) • (idem item acima) • (A própria definição elaborada pelo autor a partir de Pater foi usada na definição das cartas). • (idem item acima) • (idem item acima)

	<ul style="list-style-type: none"> • Responsabilidade/propriedade - Iniciador + contribuidores: As responsabilidades, assim como a propriedade da criação, são divididas com todos os contribuidores, bem como com o iniciador do processo. • Início - Inquietação Interna: O início do processo surge a partir de um desejo ou necessidade interna de algum indivíduo do grupo (Autor). • Início - Demanda Externa: O início do processo surge através de uma solicitação externa ao grupo (Autor). • Início - Inquietação Interna e Demanda Externa: Uma combinação de demanda externa com inquietação interna (Autor). • Resultado - Prático concreto: O processo resulta em um produto, serviço ou evento prático e concreto (Autor). • Resultado - Subjetivo intangível: O processo resulta em um produto, serviço ou evento com características subjetivas e intangíveis (Autor). • Resultado - Prático concreto e subjetivo intangível: Uma combinação de resultado prático concreto com o subjetivo intangível (Autor). • Monitoramento – Sim: O resultado da cocriação é monitorado para possíveis melhorias futuras (Autor). • Monitoramento – Não: Não existe monitoramento durante a execução do resultado da cocriação (Autor). • Delimitação - Bem delimitado: O desenvolvimento da fase de levantamento de dados acontece separadamente da fase de concepção (Autor). • Delimitação - Parcialmente delimitado: O desenvolvimento da fase de levantamento de dados se mistura com a fase de concepção (Autor). • Delimitação - Mal delimitado: O desenvolvimento das fases de levantamento de dados e de concepção acontecem quase simultaneamente (Autor). • Transformação Pessoal: Criar em conjunto é fundamental para o crescimento (NB). • Desenvolvimento de ideias: Processos de criação de soluções, de desenvolvimento de ideias que acontecem em conjunto e que não tem resultado esperado (CH). 	<ul style="list-style-type: none"> • (idem item acima) • (A própria definição elaborada pelo autor foi usada na definição das cartas). • (idem item acima) • (idem item acima) • (idem item acima) • (idem item acima) • (idem item acima) • (idem item acima) • (idem item acima) • (idem item acima) • (idem item acima) • (Transformação) Ato ou efeito de transformar ou de se transformar. Mudança de uma forma ou figura em outra; metamorfose. Alteração, reforma. • (Desenvolvimento) Crescimento ou expansão gradual. Passagem gradual de um estágio inferior a um estágio mais aperfeiçoado. Adiantamento, progresso. Extensão, prolongamento, amplitude.
Pessoas	<ul style="list-style-type: none"> • Interessados: (Interesse) Sentimento que acompanha a atenção dirigida para um conteúdo específico (DM). • Confiáveis: (Confiança) Segurança íntima com que se procede. Crédito, fé. Boa fama. Segurança e bom conceito. Esperança firme. Familiaridade (DM). • Comprometidas: Comprometimento: Ação de comprometer, empenhar, envolver-se em uma responsabilidade funesta (DM). • Comunicativas: Comunicação: Ação, efeito ou meio de comunicar. Processo pelo qual ideias e sentimentos se transmitem de indivíduo para indivíduo, tornando possível a interação social (DM). • Equipes: Criação conjunta, que pode ser em conjunto de uma equipe, de várias equipes, de empresas diferentes (RM). • Objetivos comuns: Co-criar algo é estabelecer o “o que” em o “como”, baseando sempre num “porque”, e paralelamente a isso, existe um processo de criação compartilhada, aonde o “o que” já está estabelecido e o 	<ul style="list-style-type: none"> • (Definição do modelo já foi retirada do dicionário) • (Definição do modelo já foi retirada do dicionário) • (Definição do modelo já foi retirada do dicionário) • (Definição do modelo já foi retirada do dicionário) • Conjunto de dois ou mais indivíduos que, juntos, tomam parte em uma competição esportiva. Grupo de pessoas organizado para um serviço determinado; quadro, pessoal. • Consenso; alvo compartilhado, consciente ou inconscientemente, pelos membros de um grupo.

		<p>grupo tem uma participação efetiva no processo do “como” realizar, alinhados sempre com um mesmo “porque” (RG).</p> <ul style="list-style-type: none"> • Integração: Ato ou processo de integrar; incorporação, complemento. Condição de constituir um todo pela adição ou combinação de partes ou elementos. Ajustamento recíproco dos elementos constitutivos de uma dada cultura de modo a formar um todo equilibrado (DM). • Motivação: Ato de motivar. Processo de iniciação de uma ação consciente e voluntária (DM). 	<ul style="list-style-type: none"> • (Definição do modelo já foi retirada do dicionário) • (Definição do modelo já foi retirada do dicionário)
	Contexto	<ul style="list-style-type: none"> • Coordenação: Ação ou efeito de coordenar. Disposição ou classificação na mesma ordem. Colaboração harmoniosa de partes e sequência normal de funções (DM). • Confiável: (Confiança) Segurança íntima com que se procede. Crédito, fé. Boa fama. Segurança e bom conceito. Esperança firme. Familiaridade (DM). • Compartilhamento acessível: De fácil acesso. A que se pode chegar; aproximável. Que se pode alcançar, conseguir ou possuir. Compreensível, inteligível (DM). • Propósito: Alguém realmente traz uma contribuição que seja pertinente, que desenvolva alguma coisa, é diferente de inspiração, cocriação existe quando existe propósito e intenção (IA). • Co-gerenciamento: Cocriação e Co-gerenciamento adam juntos. Cocriação é muito fácil. Manutenção é a mais importante (JM). 	<ul style="list-style-type: none"> • (Definição do modelo já foi retirada do dicionário) • (Definição do modelo já foi retirada do dicionário) • (Definição do modelo já foi retirada do dicionário) • Intenção de fazer ou deixar de fazer alguma coisa; decisão, deliberação, resolução. Desígnio, intento, projeto, tenção. Objeto que se tem em vista; fim, intento, mira. Bom senso, juízo, prudência, tino. • (Gerenciamento) Ato de administrar, dirigir uma organização ou uma empresa.

LEGENDA FONTES: Elaborada pelo autor a partir de (1) O’Hern & Rindfleisch, 2008; e (2) Pater, 2009; (DM) Dicionário da língua portuguesa MICHAELIS

6.4. Resultado da Coleta de dados

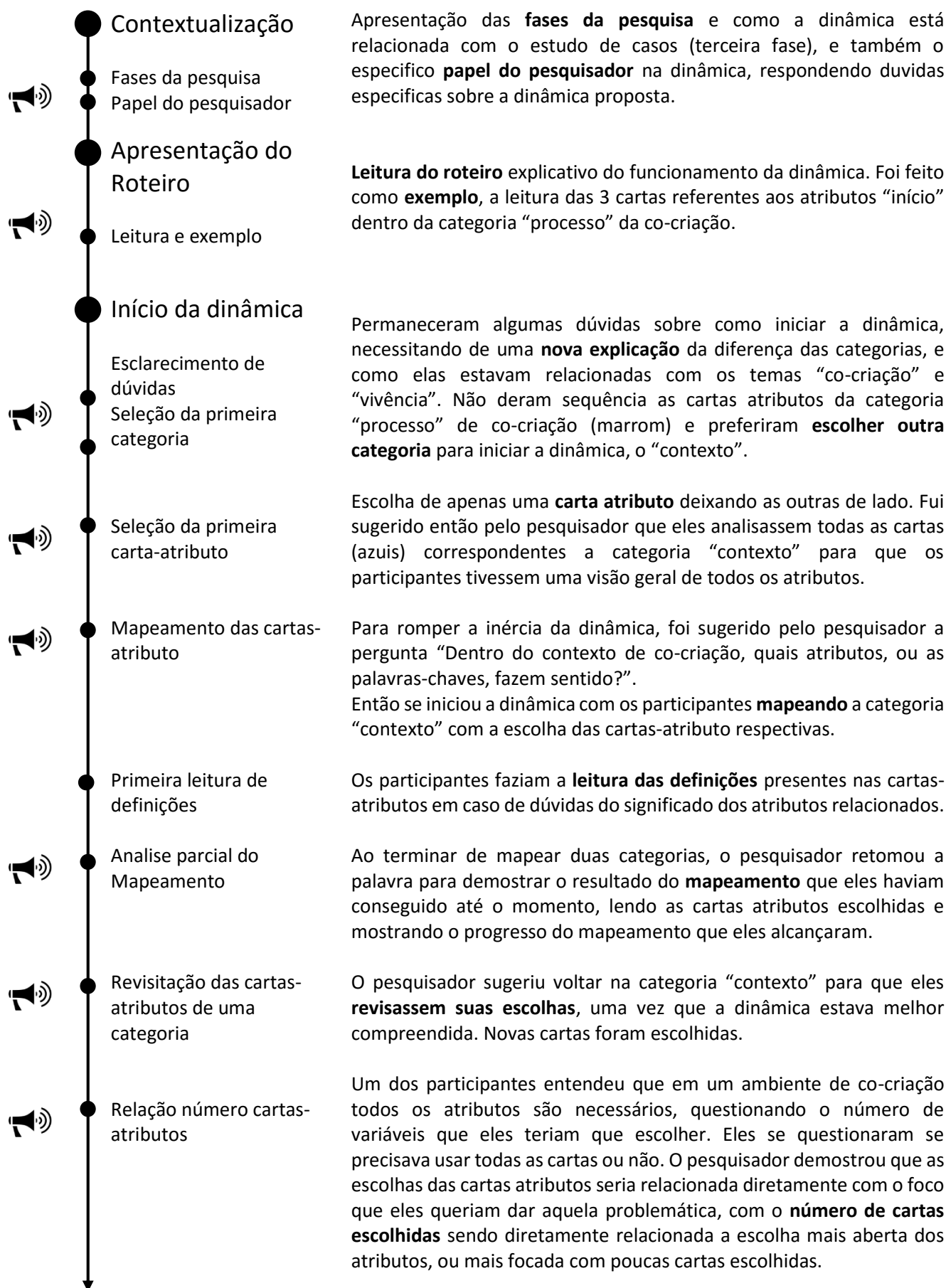
Como apresentada no início deste capítulo, optou-se por escolher um caso único nesta etapa de validação pois acredita-se que este episódio seja considerado um gerador de cenários, ideias e incertezas comparado a uma validação definitiva do modelo de cocriação de vivências e da dinâmica de mapeamento e detalhamento.

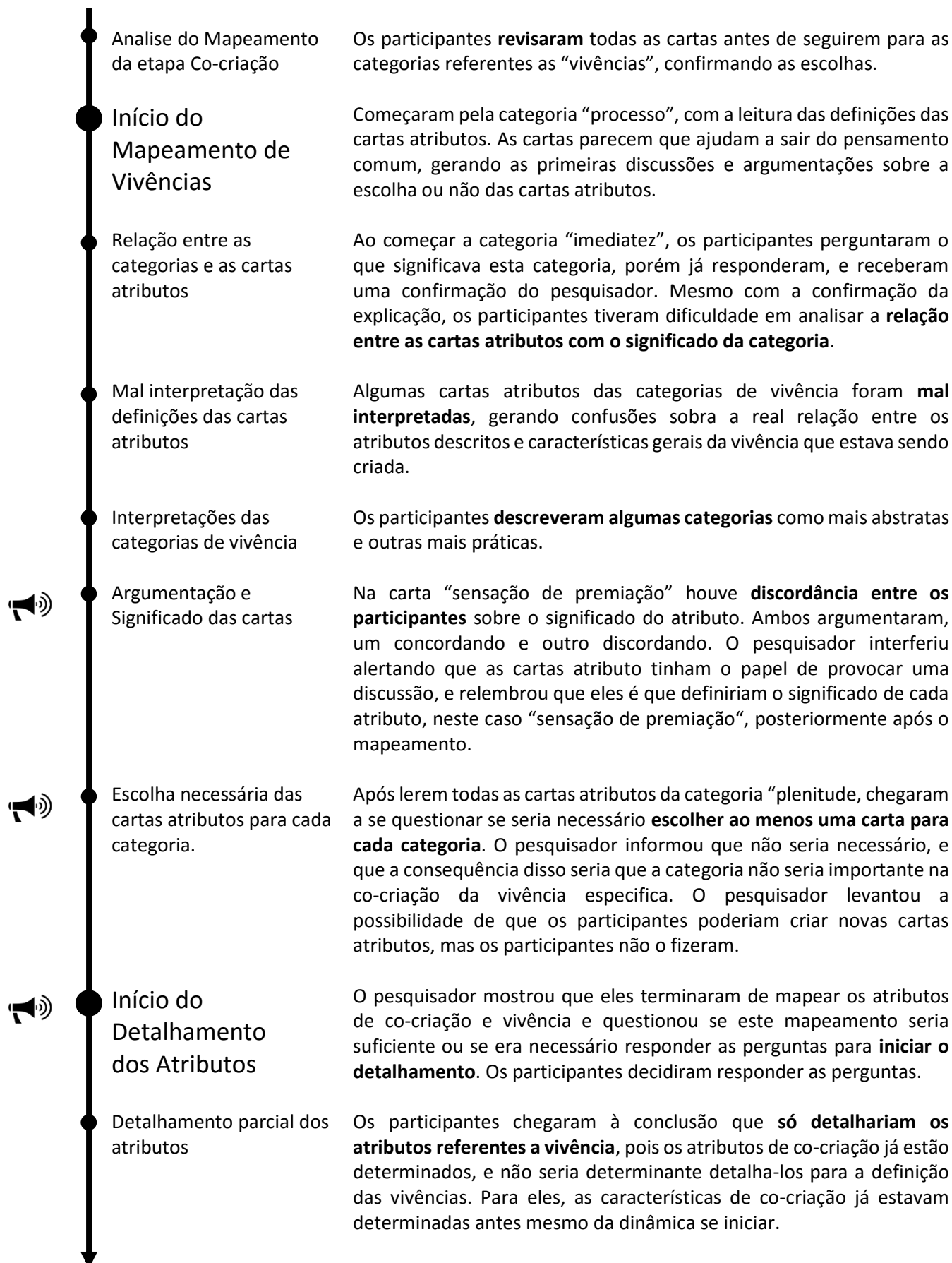
Foram convidados dois participantes, o primeiro chamado como RB, 29 anos, Designer e *Chef* de Cozinha, também é sócio da Vivah Vivências Gastronômicas, e o segundo, chamado de Chef G, 28 anos, *Chef* de Cozinha autônomo e consultor gastronômico para empresas e escolas. O RB assumiu o papel de representante da empresa desenvolvedora e executora da vivência, e o Chef G, o papel de colaborador. O pesquisador assumiu o papel de mediador na dinâmica, sem exercer papel ativo de interação com os demais participantes, aparecendo para solucionar apenas dúvidas pontuais dos participantes na execução da atividade.

Ao todo, o experimento durou uma hora e meia e terá seus resultados apresentados em três formas: linha do tempo, tabela de escolha e representação de análise de *links*.

i. Linha do Tempo

O objetivo da linha do tempo é contextualizar passo-a-passo os principais acontecimentos durante a dinâmica, dando uma ideia assim da dinâmica como um todo.





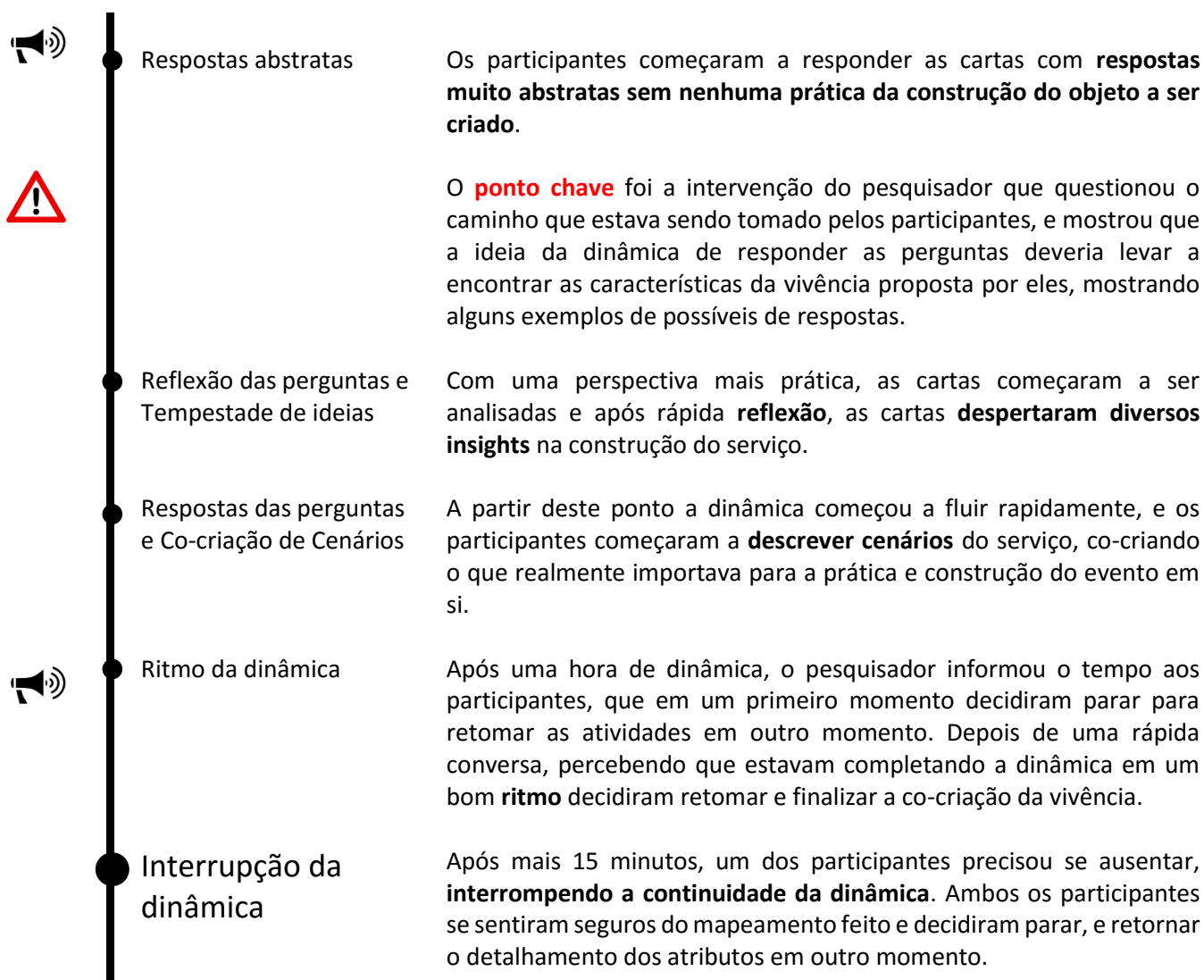


Figura 6.8 – Linha do tempo. Fonte: Elaborado pelo autor.

ii. Tabela de escolha

A tabela de escolha das cartas traz uma perspectiva exata da compreensão das cartas pelos participantes, da escolha ou não das cartas-atributos, e também do tipo da decisão na escolha das cartas.

Quanto a compreensão, as cartas podem ter status de:

- Compreendida (somente com leitura do título): a carta foi compreendida somente com a leitura do título da carta-atributo, sem que se necessite uma leitura da sua definição;
- Compreendida (somente após leitura da definição do atributo): mesmo com a leitura do seu título, a carta foi compreendida apenas depois da leitura e compreensão de sua definição;
- Parcialmente compreendida: quando não existe compreensão total mesmo após leitura do seu título e de sua definição;
- Não compreendida: a carta-atributo não foi compreendida mesmo após leitura do título e da sua definição, ou até mesmo após explicação do mediador do experimento, nos casos em que lhe foi solicitado ajuda.

Quanto à escolha:

- Escolhida no mapeamento: a carta-atributo foi escolhida na etapa de mapeamento, e permaneceu em cima do tabuleiro, dentro de sua respectiva categoria, não sendo retirada em nenhum momento do tabuleiro;
- Escolha e depois descarte: a carta-atributo foi escolhida, e após nova reflexão, foi descartada;
- Descarte e depois escolha: a carta-atributo foi descartada e em seguida, após nova reflexão, foi escolhida;
- Não escolhida no mapeamento (retirado do tabuleiro): a carta-atributo não foi escolhida, e não permaneceu no tabuleiro em nenhum momento. Esta categoria também compreende as cartas que não foram escolhidas da categoria 'processo' da cocriação (marrom) que são auto-excludentes por definição.

Quanto ao tipo de decisão:

- Decisão unânime sem discussão: a carta-atributo foi escolhida, ou não, por decisão unânime, com concordância imediata sem reflexão, sem qualquer tipo de discussão, apontamento, confirmação ou discordância dos participantes;
- Decisão unânime com discussão: a carta-atributo foi escolhida, ou não, por decisão unânime, porém com reflexão que gerou alguma concordância, discussão, apontamento, confirmação ou discordância dos participantes;
- Decisão inicialmente não unânime: a carta-atributo foi escolhida, ou não, sem decisão unânime inicial, com reflexão clara entre os participantes, gerando algum tipo de discussão, apontamento, confirmação ou discordância dos participantes.

Tabela 6.2 – Tabela de escolha das cartas de cocriação. Fonte: Elaborado pelo autor.

[illegible]

Tabela 6.3 – Tabela de escolha das cartas de vivência. Fonte: Elaborado pelo autor.

Vivência			Compreendida somente com leitura do título	Compreendida somente após leitura da definição do atributo	Parcialmente compreendida	Não compreendida	Escolhida no mapeamento	Escolha e depois descarte	Descarte e depois escolha	Não escolhida no mapeamento retirado do tabuleiro	Decisão unânime sem discussão	Decisão unânime com discussão	Decisão inicialmente não unânime
Vivência	Participação	Processo											
	Aprendizagem	Processo											
	Interação	Processo											
	Prática	Experimentação											
	Nova experiência	Experimentação											
	Ausente de método científico	Experimentação											
	Estar vivendo	Experimentação											
	Troca	Encontro											
	Sensação de compartilhar	Encontro											
	Conjunto de pessoas	Encontro											
	Imersão	Plenitude											
	Estética	Plenitude											
	Sentimento	Plenitude											
	Ausência de reflexão	Plenitude											
	Transformação	Significabilidade											
	Intensidade	Significabilidade											
	Intencionalidade	Significabilidade											
	Evento	Significabilidade											
	Sensação de premiação	Significabilidade											
	Presença física	Imediatez											
	Impacto na realidade	Imediatez											
	Impacto no indivíduo	Imediatez											
	Ausência de legado	Imediatez											
	Verdade	Imediatez											
	Disponibilidade	Imediatez											

iii. Representação de análise de links

Análise de *links* é um método de avaliação de interface, usado normalmente para identificar e/ou representar *links* de um sistema entre os componentes e operações de interface e também para determinar a natureza, a frequência e a importância destes *links* (movimentos de atenção de olhar, ou posição entre as partes do sistema, ou de comunicação com outros elementos do sistema) (Stanton et al., 2005).

Neste trabalho, a análise de *links* foi usada para representar o passo-a-passo quais foram as categorias e as cartas-atributos utilizadas bem como a sequência de utilização. Primeiramente a representação da análise de *links* para o tabuleiro com as categorias será apresentada, para posteriormente apresentar todas as demais representações da análise de *links* para cada uma das cartas-atributos contidas em suas respectivas categorias.

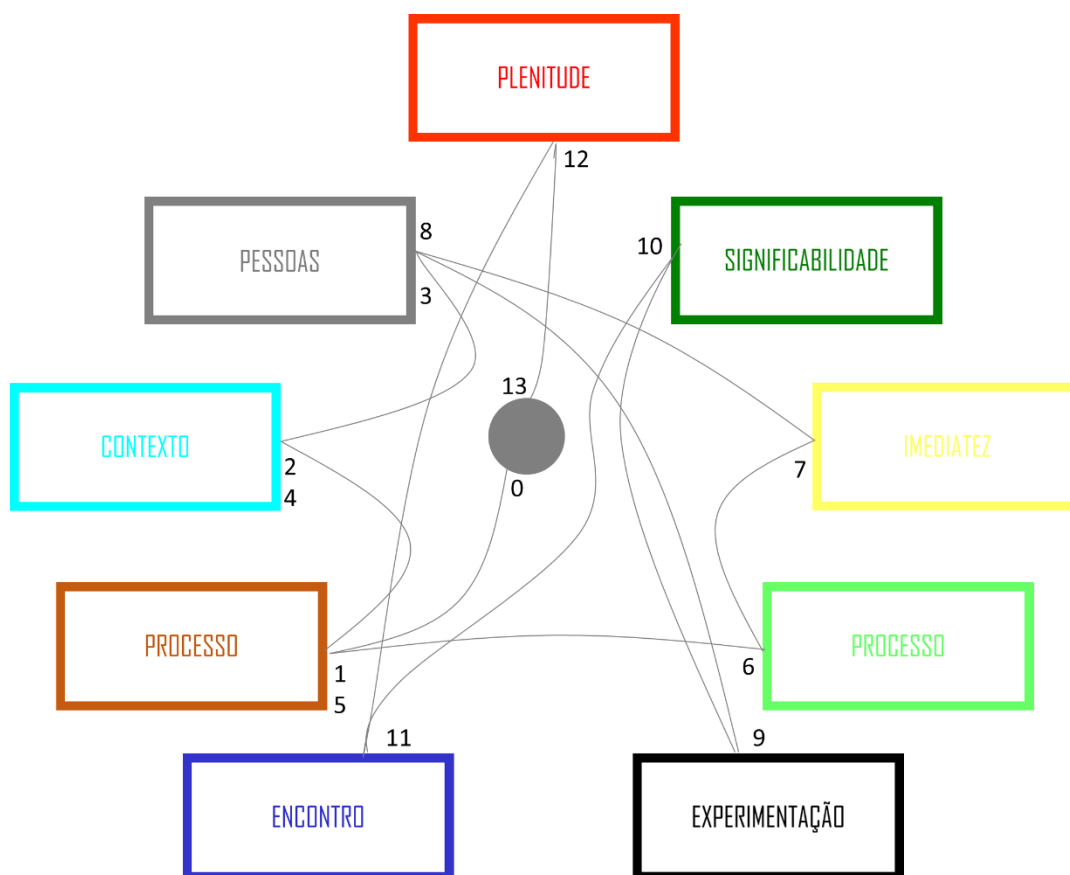


Figura 6.9 – Representação da análise de *links* para o tabuleiro com as categorias. Fonte: Elaborado pelo autor.

Além da representação de cada uma das categorias, também foi incluído um círculo cinza, entre todas as categorias, que representa algum link específico com o meio externo, seja representando o início ou o fim da atividade.

A representação deve ser lida da seguinte forma: os participantes escolheram o processo de cocriação (marrom) como primeira categoria para se explorar, marcada com o número “1”. Em seguida mapearam as categorias contexto (azul claro) e pessoas (cinza), marcadas com “2” e “3” respectivamente. As categorias contexto (4) e processos (5) foram novamente escolhidas para continuação do mapeamento. Em seguida foram escolhidas processo de vivência (verde claro, 6), imediatez (amarelo, 7) e novamente voltou-se a mapear a categoria pessoas dentro de cocriação, marcada com 8. A sequência continua com experimentação (preto, 9), significabilidade (verde escuro, 10), encontro (azul escuro, 11) e, por fim, plenitude (vermelho, 12).

A maneira conforme foi descrita é a forma de interpretação usada para todas as representações de análise de *links* das cartas atributos apresentados a partir de agora.

Para as cartas-atributos, os círculos cinzas além de representar início e fim, também podem representar uma volta para o tabuleiro (escolha de outra categoria) ou ainda pedido de ajuda ou intervenção do moderador/pesquisador.

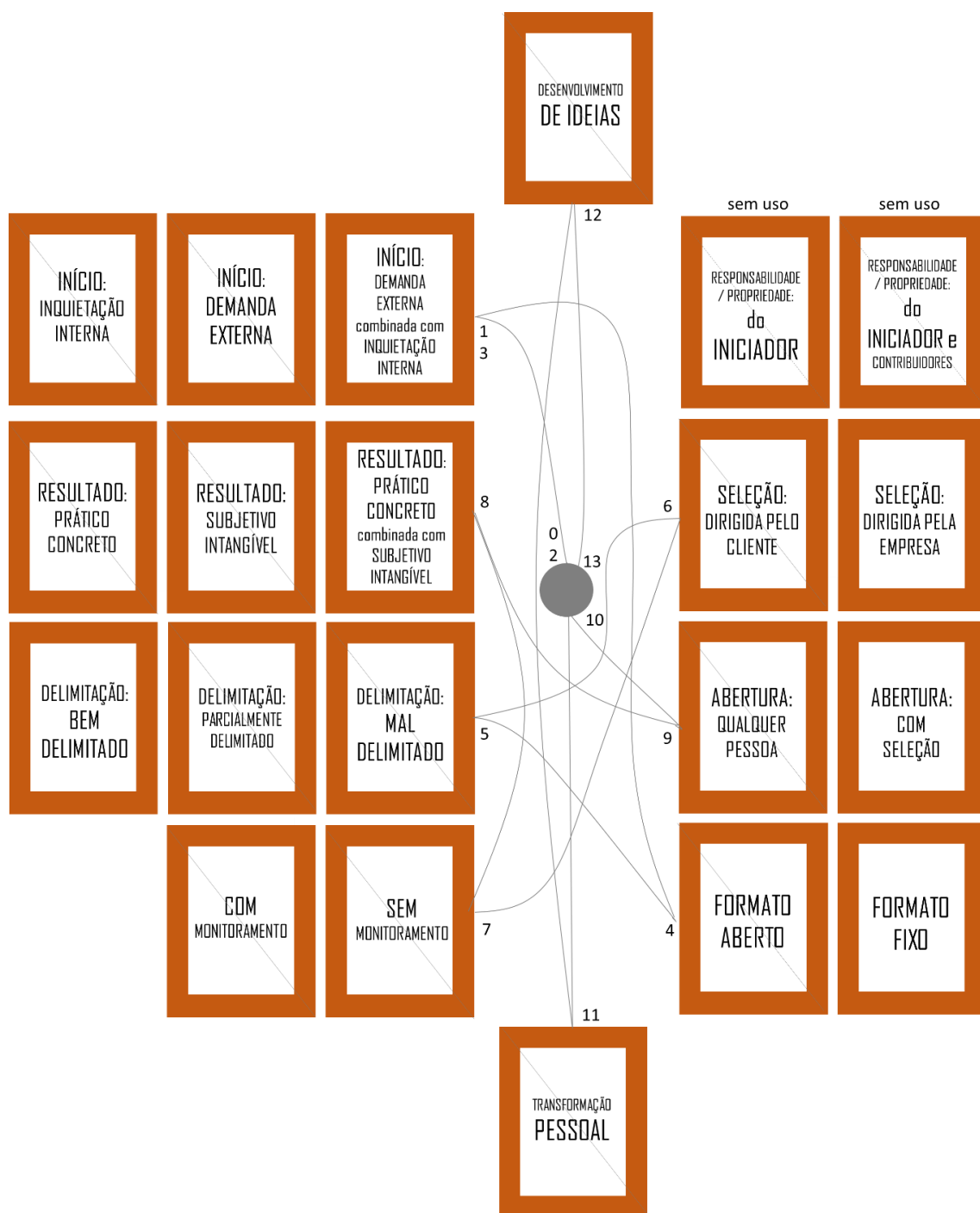
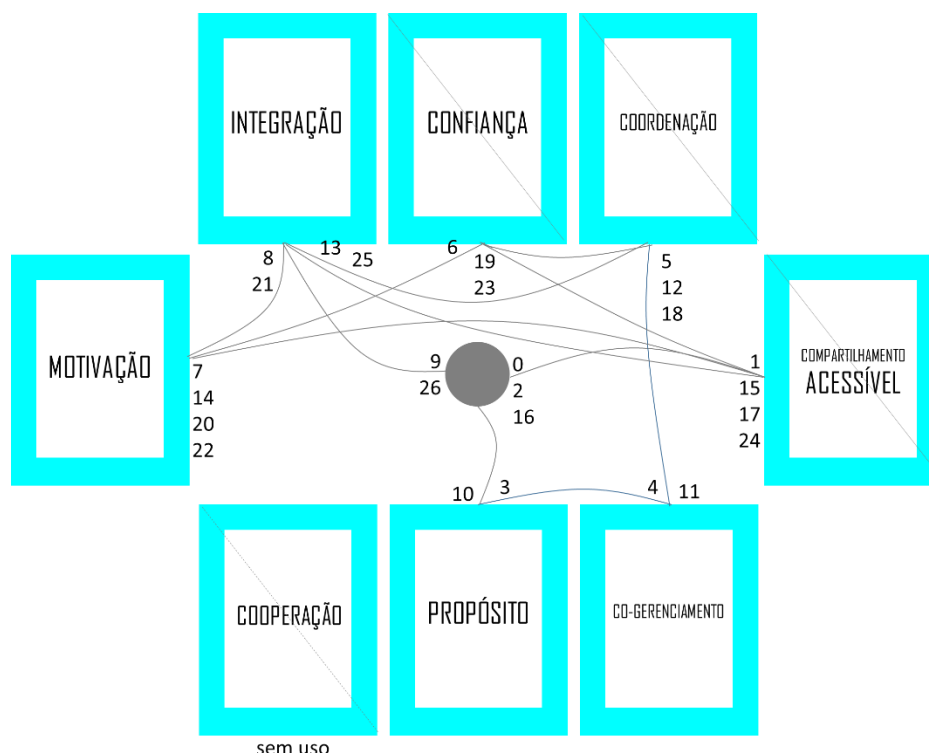


Figura 6.10 – Representação da análise de *links* para as cartas-atributos da categoria “Processo” de cocriação. Fonte: Elaborado pelo autor.

Nestas representações, também foram representadas as escolhas, com um risco diagonal de cima para baixo, identificando as cartas que foram recusadas.

Analisando a representação da análise de *links* para as cartas-atributos da categoria “Processo” de cocriação, é possível perceber que após o exemplo demonstrado pelo moderador, os participantes optaram por voltar ao tabuleiro e escolher outra categoria para continuar. Estes movimentos estão apresentados na figura pelos números “0-1” quando é feito o exemplo, e “2” quando os participantes voltam para o tabuleiro. Os participantes retomam a categoria processo de cocriação em um determinado momento, porém retornam mais uma vez ao tabuleiro (10) finalizando todas as escolhas das cartas-atributos no movimento “13”.

Assim como na categoria processo de cocriação, a carta “cooperação” não foi utilizada (não foi nem escolhida nem descartada), provavelmente pelo mesmo motivo, ou seja, porque foi esquecida pelos participantes no conjunto restante das outras cartas-atributos.



MODELO TEÓRICO-PRÁTICO DE COCRIAÇÃO PARA VIVÊNCIAS: UM ESTUDO EXPLORATÓRIO DO DESIGN PARA VIVÊNCIAS
LUIZ MILECK // PPGDESIGN UFPR // 2014 - 2016 // P134

As cartas-atributos da categoria pessoas continua com este mesmo modo operante de voltar ao tabuleiro (10) e duvidas ao moderador (5).

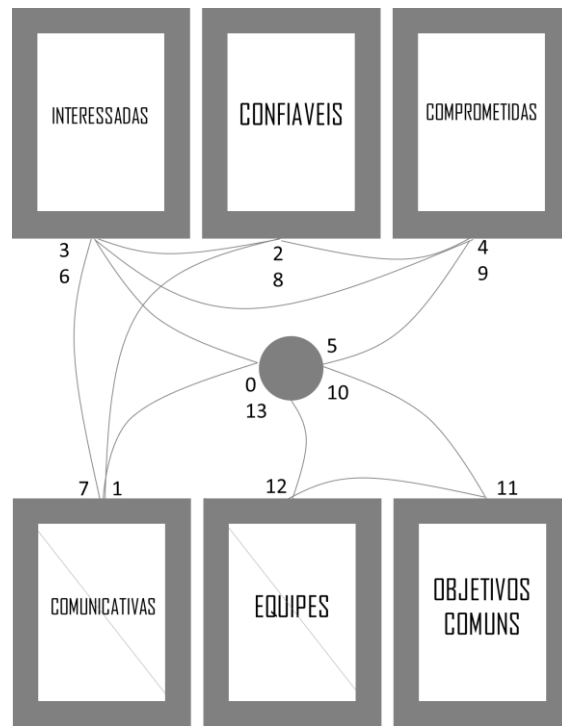


Figura 6.12 – Representação da análise de *links* para as cartas-atributos da categoria “Contexto” de cocriação. Fonte: Elaborado pelo autor.

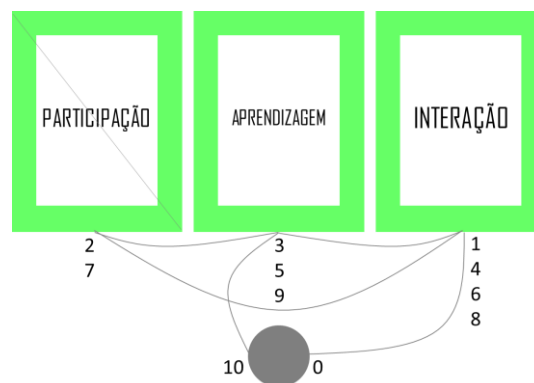


Figura 6.13 – Representação da análise de *links* para as cartas-atributos da categoria “Processo” de vivência. Fonte: Elaborado pelo autor.

As cartas-atributos para a categoria processos de vivência foram mapeadas sem qualquer ajuda do monitor ou retorno ao tabuleiro.

Para a categoria imediatez, apenas um movimento de dúvida (7) foi registrado.

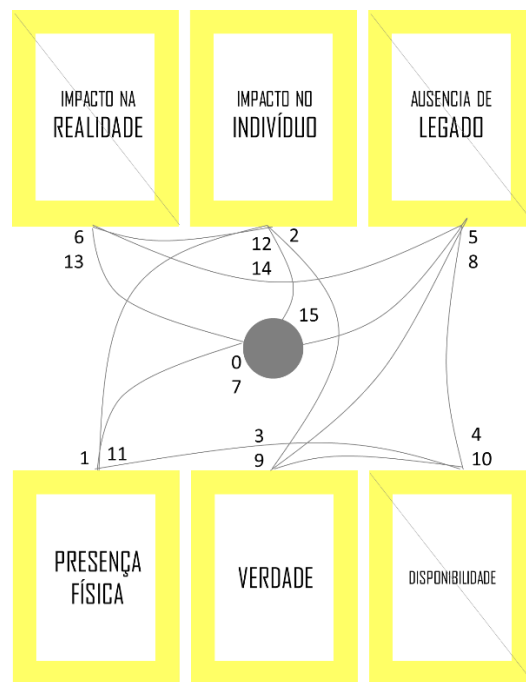


Figura 6.14 – Representação da análise de *links* para as cartas-atributos da categoria “imediatez” de vivência. Fonte: Elaborado pelo autor.

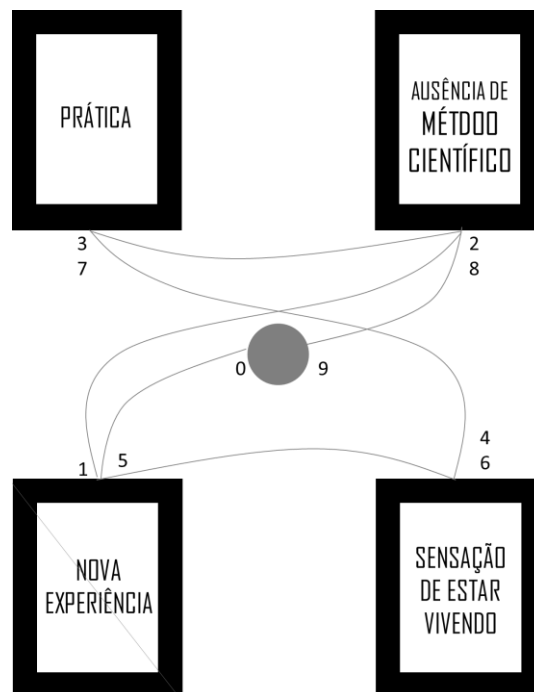


Figura 6.15 – Representação da análise de *links* para as cartas-atributos da categoria “Experimentação” de vivência. Fonte: Elaborado pelo autor.

Assim como na categoria processos (vivência), a categoria experimentação foi mapeada em uma só etapa.

Para a categoria significabilidade, um movimento de dúvida (9) foi registrado.

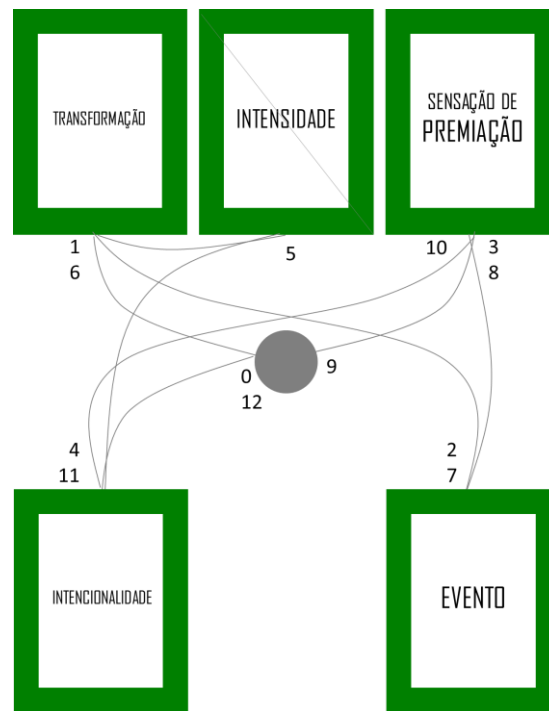


Figura 6.16 – Representação da análise de *links* para as cartas-atributos da categoria “Significabilidade” de vivência. Fonte: Elaborado pelo autor.

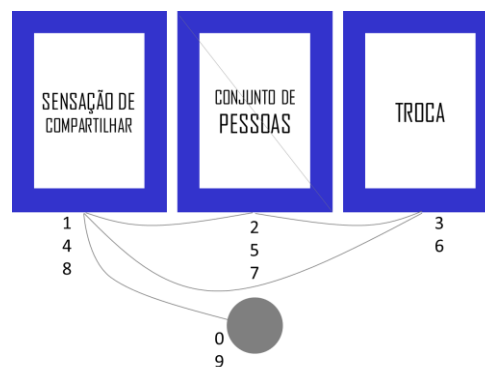


Figura 6.17 – Representação da análise de *links* para as cartas-atributos da categoria “Encontro” de vivência. Fonte: Elaborado pelo autor.

Assim como na categoria processos (vivência) e experimentação, as cartas-atributos da categoria encontro e plenitude foram mapeada em uma só etapa, sem registro de dúvidas ou retorno ao tabuleiro.

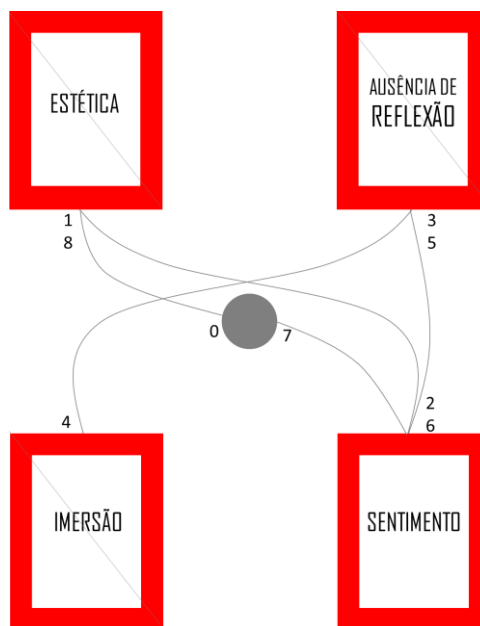


Figura 6.18 – Representação da análise de *links* para as cartas-atributos da categoria “Plenitude” de vivência. Fonte: Elaborado pelo autor.

6.5. Análise Crítica dos dados

Ao avaliarmos a linha do tempo percebemos que o início da dinâmica pode ser considerado uma fase de adaptação. Isto fica evidente se contabilizarmos o número de interrupções que a dinâmica sofre por demanda dos participantes, solicitando ajuda ao monitor.

Ao analisarmos as respostas dos participantes à entrevista realizada ao final da dinâmica, essa dificuldade inicial fica evidente. Para RB, ao ser questionado sobre como ele se sentiu enquanto participava da dinâmica proposta, ele estava “inicialmente perdido, eu achei que as definições estavam muito complexas e longe do que é a prática, por exemplo quando tinha uma definição de dicionário eu me sentia perdido até ver um link com a construção da vivência, quando eu comecei a responder as perguntas eu comecei a ver a pratica desta dinâmica”.

Já para Chef G, apesar da dificuldade inicial, a dinâmica se mostrou bastante positiva. “No começo estava complicado para entender qual seria a funcionalidade desta didática, mas consegui pegar um pouco rápido e durante as respostas sobre as vivências eu consegui ficar empolgado, sem perceber que estava empolgado, por que o método é muito interessante, então você cria um ritmo e não para mais de responder, então isso ajuda no desenvolvimento no projeto da vivência” diz Chef G.

Percebe-se também uma dificuldade de compreensão do modelo proposto, através das categorias do tabuleiro (atributos gerais) e das cartas-atributos (atributos específicos) até o momento em que a dinâmica não foi totalmente compreendida. Fica evidente que ao passo que a dinâmica começa a ser compreendida pelos participantes, o modelo também começa a ser compreendido, fazendo com que a dinâmica flua, e assim um melhor entendimento do modelo e assim sucessivamente.

Outro ponto importante a ser analisado é o fato dos participantes terem percebido uma diferença marcante entre as categorias do tabuleiro de cocriação e vivência. Apesar desta percepção não ter ficado clara durante a dinâmica, está análise apareceu nas respostas ao questionário feito ao final da dinâmica.

Para o RB, as categorias ligadas à cocriação foram um ponto de dificuldade. “para mim atrapalhou, no sentido prático de construir uma vivência”. Ele continua sugerindo que o planejamento da cocriação deva acontecer antes da cocriação propriamente dita. “Eu como Vivah, definiria internamente como seria a cocriação, e então chamaria o Chef G”. Para o RB, o Chef G não precisaria saber do processo de definição de cocriação, pois “isso já aconteceu, ele já está aqui”. RB finaliza afirmando que “a parte de cocriação não se comunicou com a parte da vivência”.

De mesmo modo, Chef G responde que “a parte de cocriação pareceu ser mais gestão e a parte da vivência é mais funcional, prático”. Porém, quando questionado sobre como tinha se sentido em participar do processo inicial de construção da cocriação, Chef G disse que “foi boa e me deixou mais tranquilo para trabalhar na parte mais prática, que é a parte das vivências”. O RB chegou a sugerir uma situação hipotética no qual ele apresentaria todos os critérios escolhidos na primeira parte da cocriação para o Chef G, e ele queria saber se nesta situação, ele também se sentiria valorizado. O Chef G responde que como ele foi escolhido já estaria valorizado, porém, ele afirma, “claro que participando desta primeira parte da dinâmica, eu teria mais trabalho e motivação, pois eu faço parte de um elo maior da engrenagem, e quem está aqui na parte de cocriação tem mais coisas a fazer e a contribuir de quem está nesta apenas na parte da vivência”.

Outro ponto chave ao analisarmos a linha do tempo é referente ao momento de transição do mapeamento com o detalhamento. Fica evidente que os participantes não compreenderam o objetivo do processo de detalhamento, necessitando de uma intervenção do monitor. Após esta intervenção, a dinâmica do detalhamento começa e flui de maneira bastante satisfatória, demonstrando que a dinâmica proposta ajuda na definição dos atributos pelos participantes, fazendo com que os mesmos construam cenários para suas co-criações de vivências.

Outro ponto interessante acontece quando o processo de detalhamento é interrompido. Os participantes demonstraram tranquilidade em decidir a interrupção do detalhamento, uma vez que todo o mapeamento estava feito. RB confirma isso dizendo que a segurança foi o maior êxito da dinâmica, pois “enquanto eu estou criando um determinado detalhe eu só penso nele, eu não penso em outra coisa, pois o resto das coisas já estão contempladas. Eu não tive a sensação de estava esquecendo de alguma coisa pois eu mapeei a situação”.

Ao analisarmos a tabela de escolha das cartas, é possível constatar que a maioria das cartas foram compreendidas, totalizando 88% das cartas compreendidas somente com a leitura do

título (39%) e compreendida somente após a leitura da definição do atributo (49%), o que indica o sucesso na apresentação dos atributos específicos para os participantes.

Tabela 6.4 – Tabela com os resultados de escolha das cartas-atributos. Fonte: Elaborado pelo autor.

	Compreendida somente com leitura do título	Compreendida somente após leitura da definição do atributo	Parcialmente compreendida	Não compreendida	Escolhida no mapeamento	Escolha e depois descarte	Descarte e depois escolha	Não escolhida no mapeamento retirado do tabuleiro	Decisão unânime sem discussão	Decisão unânime com discussão	Decisão inicialmente não unânime
número de cartas	22	28	6	1	26	0	3	28	19	25	13
porcentagem do total de cartas	39%	49%	11%	2%	46%	0%	5%	49%	33%	44%	23%
número de cartas					6	0	0	13	cartas fechadas		
porcentagem do total de cartas					32%	0%	0%	68%			
número de cartas					20	0	3	15	cartas abertas		
porcentagem do total de cartas					53%	0%	8%	39%			

Mesmo com um alto índice de compreensão das cartas, os participantes se queixaram quando questionados sobre o sentimento de dificuldade em entender o significado das categorias (tabuleiro) ou dos atributos (cartas). RB sugere que o modelo está seguindo uma abordagem acadêmica ao invés de ter uma visão com termos práticos. Segundo RB, “no dia a dia de uma criação de uma vivência eu não vou ficar falando em plenitude, talvez eu fale em sentimento e como isso vai acontecer, não sei em quais termos”.

Ele sugere ainda que ao invés de colocar as definições extraídas do dicionário, fosse melhor “colocar a definição ligada à uma vivência, ou ao que nós estamos tentando fazer, por exemplo a aprendizagem, ‘ela acontece em uma vivência com o objetivo de transmitir conhecimento ...’ talvez facilite o entendimento de cada carta ou categoria se existisse um link direto”.

Ao analisarmos a escolha, ou não, das cartas-atributos, os participantes escolheram 6 das 19 cartas-atributos de processo de cocriação, consideradas cartas fechadas, ou seja, cartas com apenas uma opção de escolha entre duas ou três cartas. Para cartas consideradas abertas, a escolha foi de 20 (53%) cartas contra 15 (39%) não escolhidas. Destas, três cartas (8%) foram inicialmente descartadas, mas depois escolhidas pelo grupo.

Com relação ao tipo de decisão, as decisões unâнимes sem qualquer discussão representam 33% das cartas, enquanto que as decisões unâнимes com alguma discussão representam quase a metade das cartas (44%). Treze cartas (23%) foram escolhidas através de uma decisão

inicialmente não unânime, o que apresenta que houve algum tipo de discussão entre os participantes para que algum deles fosse convencido de escolher, ou descartar, a carta-atributo.

Sobre as decisões, a dinâmica se mostrou bastante propícia para o debate. Além dos números apresentados acima, a resposta de um dos participantes confirmou esta constatação. Segundo Chef G, as dúvidas de compreensão sobre os termos usados foram benéficas, “eu não vejo que ela atrapalhou, eu só vejo que ela tomou um pouco mais de tempo pela forma que isso se desenvolve, conforme vamos utilizando as cartas”. Ele continua afirmando que este debate “auxiliou muito porque alguns aspectos que ficamos mais tempo pensando, pode ter ajudado a pensar um pouco mais sobre o item e isso pode ter ajudado. Nós conseguimos entender ele de forma um pouco mais concreta”.

Por fim, ao compararmos as representações da análise de *links* para todas cartas-atributos de cada categoria, percebemos uma evolução da compreensão da dinâmica apresentada. Isso fica evidente se compararmos o fluxo mais denso de movimentações nas primeiras categorias (processo e contexto) bem como as seguidas voltas ao tabuleiro das três primeiras categorias (processo, contexto e pessoas) de cocriação.

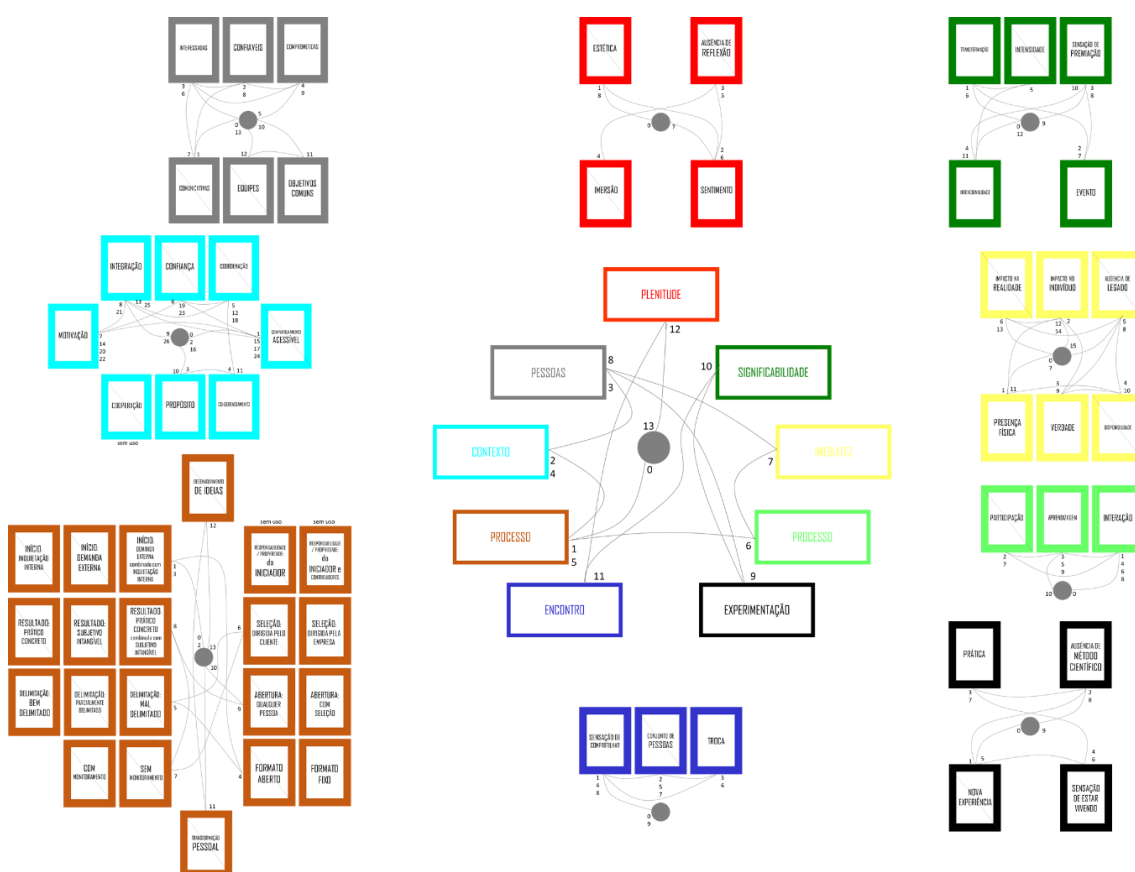


Figura 6.19 – Comparação das representações da análise de *links* para todas cartas-atributos de cada categoria. Fonte: Elaborado pelo autor.

Se dividirmos o número de cartas-atributos em cada categoria com o número de movimentos, podemos conseguir o que podemos chamar de índice cartas/movimento, que representa a quantidade relativa de movimentos feitos pelos participantes em relação ao número de cartas de cada categoria. Quanto menor o índice, maior a quantidade de movimentos relativos ao número de cartas.

Para a categoria processo de cocriação (marrom) foram consideradas apenas nove cartas pois foram consideradas apenas os sete grupos de cartas fechados e as outras duas cartas que forma o grupo. Nenhuma carta que não foi utilizada (ou seja, o grupo responsabilidade/propriedade ou cooperação) foi considerada nos cálculos do índice.

Tabela 6.5 – Tabela comparando os índices cartas/movimento. Fonte: Elaborado pelo autor.

	Número de cartas	Número de movimentos	índice cartas/movimento
Contexto	7	26	0,27
Processo	3	10	0,30
Encontro	3	9	0,33
Imediatez	6	15	0,40
Significabilidade	5	12	0,42
Experimentação	4	9	0,44
Pessoas	6	13	0,46
Plenitude	4	7	0,57
Processo	9	13	0,69

Este índice nos ajuda a mostrar quais categorias tiveram maior movimentação na escolha das cartas, o que pode representar uma maior dificuldade de compreensão nas cartas-atributos ou ainda na decisão das escolhas das cartas.

Quando questionados sobre os êxitos na dinâmica, os participantes foram categóricos. Para RB, a segurança e a organização foram determinantes. Para Chef G, o êxito estava na oportunidade de expressar uma ideia. “Nós talvez tivéssemos as mesmas ideias, mas sem as perguntas não chegaríamos nas respostas, elas ficariam guardadas. Conseguir transportar nossas ideias para um plano físico, e fazer a metodologia que queremos para um evento específico” diz Chef G.

Quando questionados sobre possíveis ajustes no modelo ou na dinâmica, os participantes se dividiram. Para Chef G, seria bom ter “menos parâmetros, e que eles sejam mais objetivos para que eles não se cruzem. Talvez um link entre a parte da cocriação e da vivência”. Para RB, “a principal sensação é simplificar os termos. A dinâmica é simples, mas os termos e as categorias são complexos”. Os participantes ainda sugerem a inclusão de algumas categorias ligadas à execução da vivência, “tipo quantos garçons, quantas pessoas, etc” sugere RB. Para Chef G,

“talvez faltou um parâmetro operacional e financeiro”. Estas sugestões deixam clara uma demanda de personalização do modelo para diferentes contextos de cocriação de vivência.

6.6. Síntese de melhorias para o Modelo

Após análise dos resultados apresentados na linha do tempo, na tabela de escolha e na representação de análise de *links*, juntamente com as percepções do pesquisador, presente durante toda a dinâmica, percebe-se que existem algumas indicações de melhorias para o modelo de cocriação de vivências. Estas sugestões estão listadas abaixo:

- Retrabalhar as definições dos atributos específicos nas cartas-atributos para deixá-las mais claras, optando por criar uma definição híbrida entre a definição encontrada no dicionário e das encontradas na pesquisa prática e na teórica;
- Adicionar as definições dos atributos gerais nas categorias do tabuleiro, permitindo que o participante relacione as definições dos atributos específicos com os atributos gerais;
- Propor um estudo personalizado das cartas-atributos quando o modelo for usado continuamente dentro de um projeto específico ou setor específico, retirando as cartas-atributos fora do contexto de aplicação e criando novas cartas-atributos se necessário;

As duas primeiras sugestões de melhorias foram aplicadas ao modelo preliminar, ou seja, com as definições dos atributos gerais apresentadas e as definições dos atributos específicos refeitas. A terceira melhoria não foi incorporada neste modelo mais geral por ser considerada muito específica para cada contexto. Segue o MODELO TEÓRICO-PRÁTICO AVALIADO:

Tabela 6.6 – Modelo teórico-prático de cocriação de vivência avaliado. Fonte: Elaborado pelo autor.

Vivência	PROCESSO: “maneira como todos os recursos de um grupo são usados de forma confiável, replicável e consistente para atingir suas metas” (Zairi, 1997)
	<ul style="list-style-type: none"> • Participação: Ato de participar, fazer saber, comunicar e informar, fazer parte, além de apenas assistir. • Aprendizagem: Ação de aprender, mudanças permanentes de comportamento como resultado de treino ou experiência anterior. • Interativo: Ação recíproca, relações entre os membros de um grupo ou entre grupos, uma via de mão dup.
	Experimentação: Submeter a experiência; pôr à prova dos sentidos.
	<ul style="list-style-type: none"> • Prática: Ação de praticar, realização, fazer, pôr a mão na massa, aplicar, costume. • Nova experiência: Conhecimento adquirido, conhecimento das coisas pela prática ou observação, habilidade que se adquirem pela prática, experimentar de uma forma diferente. • Ausente de método científico: experimentação empírica, experientiação, ausência de conjunto dos meios específicos para alcançar um conhecimento científico. • Sensação de estar vivendo: Existir, ter vida, viver o presente.
	Encontro: Efeito de encontrar, junção de pessoas
	<ul style="list-style-type: none"> • Troca: Ato de trocar, transformação, compensação, recompensa, absorver e oferecer sem que balance importe. • Sensação de compartilhar: Participar, ter ou tomar parte, estar junto.

Cocriação	<ul style="list-style-type: none"> • Conjunto de pessoas: Muitas pessoas juntas, simultaneamente, ligadas, próximo.
	Plenitude: suficientemente completa, “sua própria prova” (Amaral, 2004)
	<ul style="list-style-type: none"> • Imersão: Efeito de imergir, focar em um determinado tema. • Estética: Sem determinação racional, sentir na pele, harmonia. • Sentimento: capacidade de sentir, sensação psíquica, emoção, tocar todos os sentidos. • Ausência de consciência: inconsciente, acompanhar o fluxo daquilo que vai acontecendo, sem que o pensamento se volta sobre si mesmo.
	Significabilidade: alteração durante longo período e de modo significativo a vida (Viesenteiner, 2013).
	<ul style="list-style-type: none"> • Transformação: Efeito de transformar, mudança de uma forma, metamorfose, alteração, reforma, sair melhor do que entrou. • Intensidade: Forte, enérgico, veemente, transforma por completo. • Intencionalidade: O próprio fim a que se visa. Intento, pensamento, propósito. • Evento: Acontecimento, momento. • Sensação de premiação: Recompensa, conquista que estimula.
	Imediatez: ligação imediata entre homem e mundo (Viesenteiner, 2013).
	<ul style="list-style-type: none"> • Impacta a realidade: impacta o mundo, do real e do ideal, concepção clara de uma realidade, exatidão. • Impacta o indivíduo: Impacto na pessoa considerada isoladamente em relação a uma coletividade, acontecer na individualidade, sentir incondicionalmente. • Ausência de legado: sem costumes e tradições, imediato. • Presença Física: Estar de corpo presente, estar presente, existência, estado ou comparecimento de alguém num lugar determinado. • Verdade: É experiência verdadeira, é vivenciar um momento verdadeiro, que existe; que tem existência no mundo dos sentidos, que não é imaginário. • Disponibilidade: De que se pode dispor, estar atento ao dia-a-dia, estar disponível.
	PROCESSO: “ordenação específica de atividades ao longo do tempo e espaço, com começo, meio e fim, entradas e saídas claramente identificadas” (Papinniemi, 1999).
	<ul style="list-style-type: none"> • Atividade de seleção - Dirigida pelo Cliente: A cocriação é feita através das demandas e seleções dos clientes. • Atividade de seleção - Dirigida pela Empresa: A cocriação é dirigida pela empresa. • Contribuições com formato – Fixo: As contribuições são definidas e possuem formato fixo. • Contribuições com formato – Aberto: As contribuições não são definidas permitindo inclusões abertamente. • Abertura - Qualquer pessoa: O processo de cocriação é aberto para que qualquer pessoa possa participar. • Abertura - Existe seleção: O processo de cocriação não é aberto e acontece após um processo de seleção. • Responsabilidade/propriedade - Apenas Iniciador: As responsabilidades, assim como a propriedade da criação, ficam apenas com o iniciador do processo. • Responsabilidade/propriedade - Iniciador + contribuidores: As responsabilidades, assim como a propriedade da criação, são divididas com todos os contribuidores, bem como com o iniciador do processo. • Início - Inquietação Interna: O início do processo surge a partir de um desejo ou necessidade interna de algum indivíduo do grupo. • Início - Demanda Externa: O início do processo surge através de uma solicitação externa ao grupo. • Início - Inquietação Interna e Demanda Externa: Uma combinação de demanda externa com inquietação interna. • Resultado - Prático concreto: O processo resulta em um produto, serviço ou evento prático e concreto. • Resultado - Subjetivo intangível: O processo resulta em um produto, serviço ou evento com características subjetivas e intangíveis. • Resultado - Prático concreto e subjetivo intangível: Uma combinação de resultado prático concreto com o subjetivo intangível. • Monitoramento – Sim: O resultado da cocriação é monitorado para possíveis melhorias futuras. • Monitoramento – Não: Não existe monitoramento durante a execução do resultado da cocriação. • Delimitação - Bem delimitado: O desenvolvimento da fase de levantamento de dados acontece separadamente da fase de concepção. • Delimitação - Parcialmente delimitado: O desenvolvimento da fase de levantamento de dados se mistura com a fase de concepção. • Delimitação - Mal delimitado: O desenvolvimento das fases de levantamento de dados e de concepção acontecem quase simultaneamente. • Transformação Pessoal: Crescimento pessoal, efeito de se transformar, mudança, metamorfose. • Desenvolvimento de ideias: Processos de criação de soluções, crescimento, passagem gradual de um estágio inferior a um estágio mais aperfeiçoado, progresso.

Pessoas: criaturas, grupo, equipe
<ul style="list-style-type: none"> • Interessados: Sentimento que acompanha a atenção para um conteúdo específico. • Confiáveis: Segurança íntima, crédito, fé, boa fama, familiaridade. • Comprometidas: Empenhar, envolver-se em uma responsabilidade. • Comunicativas: Efeito ou meio de comunicar, processo pelo qual ideias e sentimentos se transmitem de indivíduo para indivíduo, tornando possível a interação social. • Equipes: Grupo de pessoas organizado com mesmo propósito. • Objetivos comuns: Consenso, alvo compartilhado, ter o mesmo “porque”. • Integração: Ato de integrar, ajuste recíproco dos elementos de modo a formar um todo equilibrado. • Motivação: Ato de motivar, processo de iniciação de uma ação consciente e voluntária.
Contexto: Composição, encadeamento de ideias.
<ul style="list-style-type: none"> • Coordenação: Ação de coordenar, disposição na mesma ordem, colaboração harmoniosa. • Confiável: Segurança e bom conceito, firmeza, familiaridade. • Compartilhamento acessível: De fácil acesso, aquele que se pode alcançar, aproximável, compreensível. • Propósito: Contribuição que seja pertinente, intenção de fazer, projeto, objetivo que se tem em vista, fim. • Co-gestão: administrar, dirigir, fazer manutenção em conjunto.

Estas sugestões se estenderam também quanto à dinâmica proposta para apresentação do modelo aos participantes. Seguem as sugestões de melhorias para à dinâmica abaixo:

- Sugere-se que os participantes recebam todas as cartas-atributos de mesma categoria (mesma cor) juntas, possibilitando que os participantes tenham uma visão geral de todos os atributos e evitando que cartas sejam esquecidas. Estas cartas podem estar em algum tipo de envelope ou dispostas separadamente no próprio tabuleiro ao lado da sua cor correspondente por exemplo;
- Sugere-se que todas as cartas sejam disponibilizadas ao alcance de todos os participantes, favorecendo que todos os participantes se sintam à vontade de pegar as cartas, evitando que possíveis hierarquias prevaleçam;
- Após apresentação do roteiro da dinâmica, deixar o mesmo à disposição dos participantes para possíveis releituras;
- Sugerir que os participantes escrevam qual o problema que eles precisam solucionar em local bem visível, para que eles não percam o foco na fase de mapeamento e principalmente na fase de detalhamento;
- Sugerir no roteiro da dinâmica, que os participantes revisitem as cartas-atributos escolhidas dentro de cada categoria, permitindo que novas interpretações dos atributos surjam depois das interações iniciais;
- Sugerir que ao final da etapa de mapeamento, a distribuição das cartas-atributos nas categorias do tabuleiro seja fotografada, para manter deste mapeamento geral juntamente com as respostas das perguntas da fase de detalhamento da dinâmica.

7. CONCLUSÃO

Pretendo com esta conclusão apresentar as análises das premissas, dos objetivos, bem como os resultados não previstos inicialmente nesta dissertação.

7.1. Quanto às premissas

Foram assumidas quatro premissas no início desta pesquisa, todas descritas no capítulo da introdução. Vale ressaltar que estas quatro premissas não foram consideradas hipóteses, servindo apenas como contornos imaginários, que de certa forma ajudaram a nortear as decisões, e assim, os caminhos da pesquisa.

Porém, decidiu-se fazer uma análise delas neste momento de concluir o trabalho, uma vez que estas análises podem orientar novas pesquisas relacionadas aos temas e relações destas premissas.

A primeira premissa assumida era de que a **vivência é diferente de experiência**. Esta verdade foi assumida antes mesmo que a pesquisa começasse, já na criação do nome da empresa de serviços gastronômicos do autor deste trabalho, Vivah Vivências Gastronômicas, o que antecede inclusive a vontade do empreendedor se transformar em pesquisador. Como já descrito no preâmbulo, a opção pelo nome “vivências gastronômicas” foi feita apenas como uma opção de se diferenciar do mercado gastronômico que abusava do termo “experiência”.

Já no começo da pesquisa, a fundamentação teórica confirma a primeira premissa como verdade, tanto referenciando-se em autores que baseiam seus estudos em conceitos filosóficos, como Amatuzzi (2007) e Viesenteiner (2013), quanto em autores que trazem modelos nas áreas de Experience Learning, como Snel (2005), Boswijk (2007) e Lindström (2009). Para todos, o termo vivência (Erlebnis) tem significado diferente do termo experiência (Erfahrung).

Esta diferenciação definitivamente clara na teoria não é percebida na prática de mercado, ao menos pelos oito entrevistados na pesquisa de campo. Mesmo não existindo uma pergunta diretamente relacionada a esta diferenciação nas entrevistas, as respostas dos entrevistados muitas vezes usam o termo experiência para definir uma vivência, porém, existe sempre uma tentativa de distanciá-la do termo, sem muito êxito pela falta de referências teóricas do entrevistado.

Ao comparar os resultados da pesquisa teórica com os da prática, fica evidente para o autor desta pesquisa, a falta do uso do termo vivência na prática de mercado, seja na criação de novos serviços, ou na conceituação de soluções empresariais, ou em outras situações na qual o uso do termo seria bem-vindo.

O uso do termo vivência abre um novo leque de opções para, como Pine & Gilmore chamam, as experiências transformadoras e autênticas, ajudando ofertas vivenciais a se diferenciarem do mercado concorrente das experiências.

A segunda premissa assumida era de que **vivência é um serviço**. Para esta afirmação foi usado a definição de serviço de Kotler et al. (1988), na qual entende-se por serviço “qualquer atividade ou benefício que uma parte possa oferecer a outra, que seja essencialmente intangível e não resulte na propriedade de qualquer coisa. Sua produção pode, ou não, estar vinculada a um produto físico” (KOTLER & BLOOM, 1988).

Mesmo que os estudos teóricos de caracterização de vivências apontem características como “plenitude”, “sentimento”, “estética”, “impacto na realidade” ou “impacto no indivíduo” e “intensidade” que se aproximam muito do significado da frase “essencialmente intangível e não resulte na propriedade de qualquer coisa”, pelos estudos feitos até o momento não se pode afirmar tal premissa.

Características encontrados para caracterizar uma vivência, como “falta de consciência” ou “falta de reflexão” e “imediatez”, ajudam a desmentir a premissa de que vivência é um serviço, uma vez que no serviço, por mais pleno que ele seja, existe reflexão e consciência relacionadas, além do que o serviço por ocorrer com um descompasso de tempo e espaço, descaracterizando a imediatez de um serviço. Em uma das entrevistas, foi constatado inclusive que um dos participantes não concordava que em suas vivências, todas eram imediatas, talvez pela confusão com o serviço que ele estava prestando.

Em resumo, podemos sugerir que uma vivência faça parte de um serviço, e não seja caracterizado como tal, podendo ocorrer inclusive concomitantemente com uma experiência por exemplo, conforme os modelos apresentados por Lindström (2009), no qual uma vivência acontece após uma experiência 1.0, tornando-se uma experiência 2.0 e assim por diante.

A terceira premissa assumida era de que **o desenvolvimento de uma vivência deve ocorrer com a interação entre pessoas, ou seja, com cocriação**. Esta é uma premissa fundamental para relacionar a vivência ao processo de cocriação.

Esta relação apareceu tanto na pesquisa teórica como na prática. Para Amaral (2004) “os indivíduos, na singularidade de suas vivências, co-experimentam valores, objetivos, expressões, significados, crenças e, assim atuando, como que co-participam da criação ou construção desse todo a que pertencem e que lhes pertence também”. Na prática, CH define vivência como um “processo de aprendizado, que acontece invariavelmente em conjunto, aprendendo enquanto está aplicando com outras pessoas”.

Alguns atributos caracterizadores de uma vivência também foram relacionados à atributos caracterizadores de uma cocriação. Isso foi demonstrado no capítulo de fusão, no qual as constelações de atributos de vivência e de cocriação, tanto teóricas quanto práticas, foram comparadas.

Porém, estas relações foram identificadas pontualmente sem qualquer confirmação absoluta, tanto na teoria como na prática, como o autor desta pesquisa esperava. Não existiu, por exemplo, uma constatação imediata entre os dois termos, e esta relação não foi considerada óbvia nas entrevistas que fizeram parte dos estudos de campo. Nota-se que existe uma compreensão entre os dois termos, e que eles são relevantes para a inovação, porém pouco se sabe sobre o potencial deles unidos. Para a maioria dos entrevistados, quando se perguntou a

compreensão dos termos vivência e cocriação, se percebeu que as definições não se relacionaram.

Mesmo que a relação vivência e cocriação se confirme aparecendo tanto na pesquisa teórica como na prática, o autor deste trabalho julga necessário pesquisas mais aprofundadas nesta relação. O autor ainda sugere que estas relações simbióticas sejam confirmadas através de pesquisas de campo, nas práticas de mercado, onde ele julga que o potencial desta relação tenha maior probabilidade de serem encontradas.

A quarta, e última, premissa assumida era de que **a criação é a fase mais crítica no desenvolvimento de vivências**. Esta premissa serviu para delimitar os estudos de cocriação de vivência na abordagem específica de criação. Não houve qualquer tentativa de confirmar esta premissa, uma vez que este estudo não buscou a confirmação de nenhuma das premissas citadas, não as considerando como hipóteses.

Mesmo assim, surgiram nas entrevistas termos como “co-gerenciamento” que sugerem que outras fases sejam importantes para o desenvolvimento de vivências. Alguns atributos do processo de cocriação também poderiam se relacionar às outras fases no desenvolvimento de um serviço, como compreender, pensar, filtrar, materializar e aplicar. O autor acredita, porém, que seja necessário um estudo específico para que esta premissa seja considerada uma hipótese, e que seja provada ou desmentida.

7.2. Quanto aos objetivos

Com relação aos objetivos específicos, listados na introdução desta dissertação, acredita-se todos eles foram, totalmente ou parcialmente, alcançados.

Quando se propôs **transpor o conceito do termo “vivências” para o contexto do Design**, tinha-se o objetivo de “traduzir” a conceituação filosófica, bem como suas características, para a abordagem projetual do design. Isso se confirmou com o mapeamento dos aspectos caracterizadores de uma vivência, trazendo à tona características passíveis de reprodução em um projeto de design. Não bastasse esta caracterização teórica, a proposta das entrevistas na pesquisa de campo demonstrou-se bastante satisfatória ao mapear palavras-chaves que viraram atributos caracterizadores de uma vivência.

Outro objetivo proposto foi o de **caracterizar os modelos teóricos de cocriação**. Além dos estudos preliminares das diferentes abordagens de cocriação na fase da fundamentação teórica, a pesquisa bibliográfica sintetizou duas tipologias de classificação que, juntas, revelaram oito tipos de cocriação. Estas tipologias foram colocadas à prova nas entrevistas feitas durante a pesquisa de campo, e se demonstraram satisfatórias quanto a classificação dos tipos de cocriação.

Além disso, permitiram que o processo criativo dos entrevistados fosse mapeado com mais clareza de detalhes, baseando-se nos eixos apresentados por estas tipologias. Porém não se pode afirmar que estes dois modelos tipológicos sejam capazes sozinhos de descrever qualquer tipo de cocriação devido à complexidade do campo da cocriação. Um estudo específico sobre

tipologias de cocriação deve ser feito a exaustão, teórico e prático, para que se consiga caracterizar todos os modelos de cocriação.

Tanto a caracterização de vivências quanto a de cocriação levaram à **construção de um modelo teórico-analítico de cocriação de vivências**, terceiro objetivo específico deste trabalho. As análises dos resultados da pesquisa bibliográfica geraram as constelações de atributos, que por sua vez, geraram o modelo teórico-analítico de cocriação de vivências. Este modelo serviu de base para a construção de outro modelo, desta vez prático-analítico de cocriação de vivências.

Os objetivos de **mapear o perfil e o ambiente da cocriação de vivências**, bem como o de **caracterizar os modelos práticos de cocriação de vivências** foram alcançados através das entrevistas feitas durante as pesquisas de campo, e que se basearam nas entrevistas dos perfis, dos processos criativos usando como base a classificação tipológica e a conceituação dos termos cocriação e vivência.

Acredita-se que para o objetivo qualitativo proposto por esta pesquisa, a entrevista se demonstrou satisfatória, alcançando os objetivos propostos. Porém acredita-se que exista um cenário muito rico a ser desbravado através de uma maior quantidade de entrevistas com criadores de vivências e, também, através de outros formatos de pesquisa de campo, como etnografia por exemplo.

O autor teve uma real dificuldade em interromper a pesquisa de campo e se dar por satisfeito com as oito entrevistas realizadas por acreditar que existem inúmeras outros perfis, ambientes e modelos de cocriação de vivências.

Recomenda-se fortemente uma pesquisa qualitativa seguida de uma quantitativa a fim de mapear exaustivamente todas as características de uma cocriação de vivência, bem como sua hierarquização, da menos relevante para a mais relevante.

Um dos objetivos propostos, o de **avaliar o modelo teórico-prático com “criadores de vivência”** foi realizado parcialmente. Ao perceber, na primeira etapa das entrevistas, que o tempo dispendido na entrevista de cada participante era limite para que o entrevistado começasse a se desgastar, e que as respostas desta primeira fase seriam suficientes para mapear as características requeridas, optou-se por não avaliar o modelo teórico-prático com os criadores de vivência. Em seu lugar, foi proposto um aprofundamento nas tipologias de cocriação. Outro ponto é que a pesquisa bibliográfica foi feita concomitantemente com a primeira etapa da pesquisa de campo, impedindo que existisse um modelo teórico-prático fosse testado simultaneamente nas entrevistas.

Por fim, mais um objetivo específico foi buscado: **avaliar o modelo em um estudo de caso no contexto gastronômico**. Para alcançar este objetivo, uma dinâmica, com cartas e tabuleiros, foi criada. Além de testar o modelo, e seus respectivos atributos teóricos e práticos que a compõem, a dinâmica conseguiu ser testada no estudo de caso, gerando propostas de melhorias tanto para o modelo quanto para a dinâmica proposta.

Acredita-se também que a dinâmica construída conseguiu potencializar o uso do modelo através da organização, segurança e sentimento de recompensa. Tanto a organização quanto a segurança (no sentido da confiança na dinâmica) podem ser percebidas principalmente na divisão da dinâmica em duas etapas: mapear e detalhar. Como existe uma separação física

destes dois atos, ou seja, o ato de mapear está em um dos lados da carta (frente, parte onde aparece o título) e o ato de detalhar este no outro lado da carta (verso, parte onde está a pergunta), este modo consegue além de organizar o processo de cocriação da vivência, dar mais segurança aos participantes que nada será esquecido, e também que eles podem interromper o processo, retornando no momento mais adequado para continuar a dinâmica. Ainda existe uma sensação de recompensa pois conforme os participantes escolhem as cartas, no mapeamento, ou respondem as perguntas, no detalhamento, eles avançam com a cocriação da vivência como se passassem etapas de um jogo de tabuleiro. Todas estas características foram demonstradas no estudo de casos, tanto na própria dinâmica como nas respostas ao final da mesma.

Além disso, acredita-se também que a dinâmica potencializou a troca entre os participantes. Isso ficou evidente na troca de argumentações entre os participantes na escolha das cartas, e ainda mais evidente no detalhamento da cocriação. Como o modelo estava descrito através de títulos espalhados nas cartas-atributos e nas categorias do tabuleiro, ambos acessíveis para todos os participantes, cada escolha feita por um dos participantes poderia ser facilmente compartilhada e debatida. Acredita-se ainda que o formato mais informal que o modelo foi apresentado, através de uma dinâmica que lembra um jogo, fez com que a dinâmica fosse encarada como algo distante de uma reunião de criação de um serviço ou produto, o que acabou empondeirando os participantes dos níveis mais baixos da hierarquia. Foi observado no estudo de caso que o participante colaborador participou no mesmo nível de decisões que o participante responsável pela empresa. Isto pode ser considerado um bom indício de que a aplicação desta dinâmica para este modelo equilibra os níveis hierárquicos de uma empresa, mas não é suficiente, sendo necessário um estudo específico com este objetivo para confirmar esta hipótese.

Concluindo de maneira satisfatória todos os objetivos específicos, não seria diferente com o objetivo geral proposto neste trabalho: **construir um modelo teórico-prático de cocriação para vivências**. Ao chegar ao final deste estudo, podemos afirmar que foi construído uma proposta de um modelo teórico-prático de cocriação para vivências. Este modelo não pode ser considerado definitivo, nem mesmo o único ou melhor.

O modelo teórico-prático de cocriação para vivências proposto é relevante para os futuros estudos de design. Ele pode ser considerado o princípio da construção de um modelo mais robusto e completo através de uma pesquisa-ação com uma exaustiva bateria de aplicações em diferentes situações e em diferentes empresas, melhorando significativamente o modelo.

A pesquisa feita até o momento não revelou qualquer modelo, ou até mesmo dinâmica, semelhante que possa ser usado na cocriação de uma vivência, mas isso não quer dizer que não existam outras dinâmicas ou modelos que possam ser usados para este fim.

Mesmo acreditando que o modelo proposto ajude uma cocriação de uma vivência, não seria correto afirmar que, por falta de estudos comparativos, o modelo proposto é o melhor entre todos os outros modelos que possam existir, como por exemplo a própria ausência de um modelo, ou seja, aproximando pessoas com experiências em co-criar uma vivência é possível a cocriação de uma vivência sem qualquer tipo de modelo, além do conhecimento empírico dos participantes, e de uma dinâmica que propicie uma troca ativa entre os participantes.

7.3. Quanto aos resultados

Além das análises das premissas e dos objetivos propostos inicialmente, este trabalho se desenvolveu ao ponto de apresentar resultados, não inicialmente previstos, que valem análise e conclusão.

Primeiramente, a dificuldade em se encontrar literatura específica sobre vivência em textos na língua inglesa, e em áreas como o design, revelaram a ausência de estudo significativos sobre vivência. Acredita-se que a busca pela tradução do termo vivência em diferentes línguas ajudará primeiramente no maior uso do termo nas situações onde o conceito descrito se aproxime mais de vivência do que de experiência, como ele é muitas vezes traduzido ou substituído, além de uma significativa contribuição na construção da base do que o autor acredita ser uma nova área de estudo no campo do design, o design para vivências. Com o intuito de promover estas duas iniciativas, o autor pretende traduzir o artigo construído durante seus estudos, e apresentado em congresso nacional, e difundi-lo para seus pares pesquisadores que ou usam o termo experiência, no que se entende na verdade por vivência, ou já pesquisam sobre o ponto de vista da diferenciação entre vivência e experiência. O autor sugere que seja construída uma oportunidade de diálogo entre os estudiosos que relatam vivência em seus estudos.

Percebeu-se também, ainda no contexto da compreensão do termo vivência, uma complementação entre os campos teóricos e os campos práticos pesquisados. Ao se comparar a constelação de atributos, ou o modelo teórico-analítico de vivências, nota-se um número quase equivalente de aspectos que caracterizam teoricamente vivência quando comparada aos aspectos que a caracterizam na prática. Isso pode ser um indício de que a compreensão teórica de uma vivência ainda é distante da compreensão prática do termo. Neste caso o autor sugere que sejam feitos estudos específicos de análise comparativa profunda entre os termos teóricos e práticos usados para definir uma vivência.

Ainda comparando o teor da pesquisa teórica com a pesquisa prática, nota-se uma maior organização e melhor estrutura na forma com que foi apresentado as análises do estudo teórico quando comparada ao estudo prático. Acredita-se que o estudo prático é apresentado de forma mais desuniforme e menos convergente, possivelmente pela própria característica de obtenção dos dados práticos que ocorreu através de entrevista com participantes de diversas áreas de atuação.

Ao desenvolver a pesquisa de campo, notou-se uma dificuldade em encontrar profissionais e empresas que usam o termo vivência em seu portfólio de serviços ou métodos. Uma das prováveis hipóteses é a falta de compreensão do termo por parte do mercado, já acostumado com a palavra “experiência”, que se aproxima do conceito da vivência, ou com a palavra traduzida do inglês “*experience*”, que é usada para indicar uma experiência total, incluído assim a experiência adquirida somada às vivências. Como sugestão para trabalhos futuros, o autor motiva outros pesquisadores a mapear exaustivamente o cenário da economia criativa em busca de profissionais e empresas que utilizam de palavras próximas ao conceito de vivência, notadamente “experiência” e “*experience*”, verificando o real significado nela empregado.

Por fim, percebeu-se no estudo de caso que, a dinâmica pode influenciar fortemente um modelo aplicado para cocriação, mostrando a importância dos estudos na área de game design relacionados a cocriação. Sem que qualquer estudo comprobatório tenha sido feito, o autor lança uma previsão de uma futura aproximação entre as áreas de gameificação com a de cocriação de vivências. Para isso, o autor sugere que seja feito um estudo bibliográfico relacionando o modelo de cocriação de vivência proposto neste trabalho com os principais requisitos usados na área do game design.

7.4. Quanto aos desdobramentos futuros

Após concluir a pesquisa que originou este trabalho de dissertação, o autor lista algumas sugestões de desdobramentos futuros desta pesquisa, incluindo também alguns pontos que o autor julga que faltaram a pesquisa. Os desdobramentos propostos, que estão formulados como perguntas de pesquisas para orientar outras pesquisas, estão listadas abaixo:

- É possível projetar uma vivência sem cocriação?

Esta pergunta quando respondida pretende revelar a influência da abordagem de cocriação na construção de uma vivência e descobrir o potencial da relação simbióticas entre vivência e cocriação.

- A criação é a fase mais crítica da cocriação de uma vivência?

Um estudo completo, envolvendo todas as fases de desenvolvimento de um serviço, como compreender, pensar, criar, filtrar, materializar e aplicar, é necessária para descobrir qual destas fases é mais crítica para a cocriação de uma vivência.

- Quais são os tipos de cocriação?

Apesar das duas tipologias de cocriação que este trabalho apresentou, um estudo específico deve ser feito à exaustão, tanto no campo teórico como no campo prático, para que se consiga caracterizar todos os tipos de cocriação existentes.

- Qual é o melhor modelo de cocriação de vivências?

Esta pergunta pode ser considerada como um gatilho para uma pesquisa na busca de melhoria contínua do modelo proposto, na qual o autor pretende se esforçar. A existência de inúmeros outros perfis, ambientes e modelos de cocriação de vivências presentes na prática de mercado pode revelar inúmeros outros atributos para o modelo proposto. Uma pesquisa quantitativa a fim de mapear exaustivamente todas as características de uma cocriação de vivência, bem como sua hierarquização, da menos relevante para a mais relevante, poderia eleger o melhor modelo de cocriação de vivências.

7.5. Quanto à pesquisa e à dissertação

Durante a leitura do artigo de Bertoldo Schneider Jr, que segundo o autor é baseado também na experiência de vários professores e programas de pós-graduação, intitulado “Faço ou não faço um Mestrado? Tudo que você deve saber antes de decidir”, o pesquisador se deparou com o papel de um mestrado, como o de transformá-lo em um Mestre. Segundo o referido artigo, “Mestre não é necessariamente alguém que vai dar aulas. Mestre significa alguém que está preparado para resolver, por si mesmo ou em equipe, problemas não triviais”.

Durante toda a pesquisa, este foi o verdadeiro objetivo a ser alcançado. Muito além de propor um modelo de cocriação para vivências, a principal motivação do pesquisador nestes dois anos que compõem um mestrado, foi a preparação para resolver problemas, não triviais, como bem definido pelo Schneider.

Para se tornar um Mestre, “é preciso resolver um problema, descobrir os objetivos a serem atingidos, os passos a serem dados, planejar como atingi-los, e publicar seu trabalho para que possa sofrer a crítica de seus pares e outros especialistas”, continua Schneider.

Uma pesquisa de mestrado leva centenas de horas para ser desenvolvida e posteriormente escrita. E em meio à estas horas compromissadas com o objeto de estudo, outras centenas de horas são comprometidas com aulas e palestras assistidas, aulas e palestras ministradas, artigos escritos e apresentados em congressos.

Durante as pesquisas deste mestrado, os temas objetos de pesquisa foram sendo escritos ao mesmo tempo que descreveram o percurso do pesquisador. Características como plenitude, significabilidade e imediatez faziam parte do dia-a-dia do pesquisador, não apenas na descrição de uma vivência, mas também nas decisões de vida do mesmo.

Ao passo que a pesquisa avançava, avançava também a metamorfose que a Vivah, empresa pelo qual o pesquisador é sócio fundador, sofreria. As vivências gastronômicas que antes apenas “enfeitavam” o nome da empresa, começaram a ser sentidas nos serviços prestados por ela.

Outro ponto determinante na pesquisa foi a passagem deste trabalho pela banca de qualificação, onde um dos professores ponderou a pesquisa feita até o momento como uma pesquisa bastante teórica e pouco prática, convidando o pesquisador a “sentir mais a cocriação”. Esta frase que por muitos poderia ser considerada vazia, foi determinante na abertura de uma nova empresa, o Coletivo Alimentar, espaço gastronômico que converge pessoas em empresas, modelos de serviços de restaurante, café, bar, escritórios, hortas, cozinhas, pautado em colaboração.

O mestrado não só transformou o aluno em pesquisador, como também o pesquisador em um realizador, pautado na investigação científica e metodológica, na ética e na honestidade.

Pretende-se continuar a pesquisa dos temas como cocriação e vivência, porém deseja-se fazer em ambientes mais colaborativos e vivenciais, aproximando a academia com as vivências mercadológicas. Como consequência, o autor deseja se desenvolver tanto como empreendedor, como pesquisador, acreditando que estas abordagens precisam caminhar juntas, para um desenvolvimento profundo, prático e autêntico.

8. Referencial Bibliográfico

8.1. Organizada por ordem de apresentação

8.1.2. Preâmbulo

MIGUEZ, Paulo. Economia criativa: uma discussão preliminar. Teorias & políticas da cultura, p. 95, 2007.

8.1.3. Introdução

LINDSTRÖM, Jennie. Meeting room design based on experience production and the creative process: a conceptual development of meeting rooms for the meeting industry. 2009.

PINE, B. Joseph; GILMORE, James H. The experience economy: work is theatre & every business a stage. Harvard Business Press, 1999.

MIGUEZ, Paulo. Economia criativa: uma discussão preliminar. Teorias & políticas da cultura, p. 95, 2007.

BRASIL. Ministério da Cultura. <http://www.brasil.gov.br/cultura/2013/02/economia-criativa-cresce-mais-que-o-pib-no-brasil>. Acessado no dia 28 de janeiro de 2016 às 15h35.

MERMIRI, Tina. The transformation economy. Beyond Experience: Culture, 2009.

KASTENHOLZ, Elisabeth et al. Reinventar o turismo rural em Portugal: cocriação de experiências turísticas sustentáveis. 2014.

VIESENTEINER, Jorge Luiz. O conceito de vivência (Erlebnis) em Nietzsche: gênese, significado e recepção. Kriterion: Revista de Filosofia, v. 54, n. 127, p. 141-155, 2013.

AMATUZZI, Mauro Martins. Experiência: um termo chave para a Psicologia. Memorandum, v. 13, p. 8-15, 2007.

KOTLER, Philip; BLOOM, Paul N. Marketing para serviços profissionais. Atlas, 1990.

MORITZ, S. Service Design: Practical Access to an Evolving Field. Köln International School of Design. University of Applied Sciences Cologne. 2005.

FRANCO, de A. Cocriação: reinventando o conceito. Festival de Ideias, p. 1-86, 2012.

ROSA, Mirela. Contribuições da integração do design baseado em evidências e experiências para um projeto em design de serviço no contexto hospitalar. 2013. Dissertação de Mestrado. Tese de Doutorado. Universidade do Vale do Rio dos Sinos.

PADOVANI, Stephania; PUPPI, Maicon Bernert; SCHLEMMER, André. A proposal of descriptive framework for the characterization of smartphone navigation systems. Blucher Design Proceedings, v. 1, n. 2, p. 890-898, 2014.

AMARAL, Maria Nazaré de Camargo Pacheco. Dilthey: conceito de vivência e os limites da compreensão nas ciências do espírito. Trans/Form/Ação, v. 27, n. 2, 2004.

PRODANOV, Cleber Cristiano; DE FREITAS, Ernani Cesar. Metodologia do Trabalho Científico: Métodos e Técnicas da Pesquisa e do Trabalho Acadêmico-2ª Edição. Editora Feevale, 2013.

VERGARA, Sylvia Constant. Projetos e relatórios de pesquisa em administração. São Paulo: Atlas, 2000. Métodos de pesquisa em administração, v. 3, 2009.

ZALTMAN, Gerald; BURGER, Philip. Marketing research: Fundamentals and dynamics. Dryden Press, 1975.

8.1.4. Fundamentação Teórica

MORENTE, Manuel Garcia; BENGOCHEA, Juan Zaragüeta. Fundamentos de filosofia. Mestre Jou, 1970.

VIESENTEINER, Jorge Luiz. O conceito de vivência (Erlebnis) em Nietzsche: gênese, significado e recepção. Kriterion: Revista de Filosofia, v. 54, n. 127, p. 141-155, 2013.

MICHAELIS. Moderno Dicionário da Língua Portuguesa. <http://michaelis.uol.com.br/moderno/portugues/index.php>. Acessado no período do dia 05 de março de 2014 às 10h39 até 26 de janeiro de 2016 às 20h46.

CASTRO, J. C. de; CASTRO, M. C. de. 2009. In: Home: Speculum <http://hyperlexikon.hyperlogos.info/modules/lexico/entry.php?entryID=567>. Acessado no dia 13 de abril de 2015.

AMATUZZI, Mauro Martins. Experiência: um termo chave para a Psicologia. Memorandum, v. 13, p. 8-15, 2007.

LINDSTRÖM, Jennie. Meeting room design based on experience production and the creative process: a conceptual development of meeting rooms for the meeting industry. 2009.

AMARAL, Maria Nazaré de Camargo Pacheco. Dilthey: conceito de vivência e os limites da compreensão nas ciências do espírito. Trans/Form/Ação, v. 27, n. 2, 2004.

DA SILVA, Rodrigo Fernandes. O Conceito de Vivência em Wilhelm Dilthey: a fulgura da historicidade da existência. Revista de Teoria da História, v. 1, n. 1, p. 18-23, 2009.

SEIBT, Cezar Luís. Da fenomenologia "reflexiva" à fenomenologia hermenêutica. Princípios: Revista de Filosofia, v. 19, n. 31, p. 79-98, 2012.

FERNANDES, Marcos Aurélio. Consciência, vivência e vida: um percurso fenomenológico. Revista da Abordagem Gestáltica, v. 16, n. 1, p. 29-41, 2010.

LARROSA, J. Sobre la experiencia y el saber de experiencia. Larrosa, J. y otros, Más allá de la comprensión: lenguaje, formación y pluralidad, Caracas: CDCHT-USR y Revista Ensayo y Error, p. 51-77, 2002.

VARGAS, Heliana Comin; LISBOA, Virgínia Santos. Dinâmicas espaciais dos grandes eventos no cotidiano da cidade: significados e impactos urbanos. Cadernos Metrópole. ISSN (impresso) 1517-2422;(eletrônico) 2236-9996, v. 13, n. 25, 2011.

SANDERS, E. B. Scaffolds for experiencing in the new design space. Information Design, p. 1-6, 2002.

SANDERS, Elizabeth B.-N.; DANDAVATE, Uday. Design for experiencing: New tools. In: Proceedings of the First International Conference on Design and Emotion, Overbeeke, C.J., Hekkert, P.(Eds.), Delft University of Technology, Delft, The Netherlands. 1999. p. 87-91.

SANDERS, Elizabeth B.-N.; WESTERLUND, Bo. Experiencing, exploring and experimenting in and with co-design spaces. Nordes, n. 4, 2011.

DE MORAIS, FÁBIO ROGÉRIO; BONOMI, JULIANA. Refinando os Conceitos de Cocriação e Coprodução: Resultados de uma Análise Crítica da Literatura. In: Seminários em Administração, 17, São Paulo, 2014. Proceedings ... São Paulo, SEMEAD, (1):1-12.

PRADO, Diogo Diederichs. Valor criado pelo cliente: proposta de uma estratégia de design de ambientes virtuais de cocriação. 2010. Tese de Doutorado. Universidade Federal do Rio de Janeiro.

KRUCKEN, Lia; MOL, Iara. Abordagens para cocriação no ensino do design: reflexões sobre iniciativas no contexto da graduação e da pós graduação. Blucher Design Proceedings, v. 1, n. 4, p. 992-1000, 2014.

ZAIRI, Mohamed. Business process management: a boundaryless approach to modern competitiveness. Business Process Management Journal, v. 3, n. 1, p. 64-80, 1997.

PAPINNIEMI, Jorma. Creating a model of process innovation for reengineering of business and manufacturing. International Journal of Production Economics, v. 60, p. 95-101, 1999.

PRAHALAD, Coimbatore K.; RAMASWAMY, Venkat. Co-creation experiences: The next practice in value creation. Journal of interactive marketing, v. 18, n. 3, p. 5-14, 2004.

COSTA, Daniel Ferreira da. Cocriação: uma perspectiva do consumidor. Tese de Doutorado. Universidade de São Paulo.

FRANCO, de A. Cocriação: reinventando o conceito. Festival de Ideias, p. 1–86, 2012.

NIELSEN, Jacob. Bridging the designer-user gap. 2008.

HEEMANN, Adriano; LIMA, Patrícia Jorge Vieira; CORRÊA, Jeandrey Scuissiatto. Fundamentos para o Alcance da Colaboração em Design. Estudos em Design, v. 18, n. 2, 2015.

LIMA, Patrícia Jorge Vieira; HEEMANN, Adriano. Premissas para o Alcance do Trabalho Colaborativo em Design. Anais do V Congresso Internacional de Pesquisa em Design, 563–569. 2009.

SONICRIM, Liz Sanders. Collective creativity. Design, v. 6, n. 3, p. 1-6, 2001.

SCARIOT, Cristiele A.; HEEMANN, Adriano; PADOVANI, Stephania. Understanding the collaborative-participatory design. Work, v. 41, n. Supplement 1, p. 2701-2705, 2012.

SANDERS, Elizabeth B.-N.; STAPPERS, Pieter Jan. Co-creation and the new landscapes of design. Co-design, v. 4, n. 1, p. 5-18, 2008.

KAULIO, Matti A. Customer, consumer and user involvement in product development: A framework and a review of selected methods. Total Quality Management, v. 9, n. 1, p. 141-149, 1998.

ÁGUAS, Sofia. Do Design ao Co-Design: uma oportunidade de design participativo na transformação do espaço público. On the W@ terfront, n. 22, p. 57-70, 2012.

SCHNEIDER, Jakob; STICKDORN, Marc. This is service design thinking: basics, tools, cases. Wiley, 2011.

FROW, Pennie; PAYNE, Adrian. Towards the 'perfect' customer experience. *Journal of Brand Management*, v. 15, n. 2, p. 89-101, 2007.

8.1.5. Modelagem Teórica Analítico

CONFORTO, Edivandro Carlos; AMARAL, Daniel Capaldo; SILVA, Sérgio Luis da. Roteiro para revisão bibliográfica sistemática: aplicação no desenvolvimento de produtos e gerenciamento de projetos. In: *Anais Congresso Brasileiro de Gestão de Desenvolvimento de Produtos*. 2011.

BECCARI, Marcos. *Articulação Simbólica - Uma abordagem junguiana aplicada à Filosofia do Design*, 2012. Dissertação de mestrado. Universidade Federal do Paraná.

CASTRO, J. C. de, & CASTRO, M. C. de. 2009. In: Home: Speculum <http://hyperlexikon.hyperlogos.info/modules/lexico/entry.php?entryID=567>. Acessado no dia 13 de abril de 2015.

ROUQUAYROL, M. Z.; ALMEIDA FILHO, N. *Introdução à epidemiologia moderna*. Rio de Janeiro, Medsi, v. 6, 2002.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. *Fundamentos de metodologia científica*. In: *Fundamentos de metodologia científica*. Atlas, 2010.

EKAMBI-SCHIMIDT, Jézabelle. 1974. *La percepción del hábitat*. Editorial Gustavo Gili. Barcelona, 1974.

LÖBACH, Bernd. *Design industrial: bases para a configuração dos produtos industriais*. Edgard Blücher, 2001.

MORENTE, Manuel Garcia; BENGOCHEA, Juan Zaragüeta. *Fundamentos de filosofia*. Mestre Jou, 1970.

LINDSTRÖM, Jennie. Meeting room design based on experience production and the creative process: a conceptual development of meeting rooms for the meeting industry. 2009.

VIESENTEINER, Jorge Luiz. O conceito de vivência (Erlebnis) em Nietzsche: gênese, significado e recepção. *Kriterion: Revista de Filosofia*, v. 54, n. 127, p. 141-155, 2013.

SEIBT, Cezar Luís. Da fenomenologia "reflexiva" à fenomenologia hermenêutica. *Princípios: Revista de Filosofia*, v. 19, n. 31, p. 79-98, 2012.

MICHAELIS. *Moderno Dicionário da Língua Portuguesa*. <http://michaelis.uol.com.br/moderno/portugues/index.php>. Acessado no período do dia 05 de março de 2014 às 10h39 até 26 de janeiro de 2016 às 20h46.

DE MORAIS, FÁBIO ROGÉRIO; BONOMI, JULIANA. Refinando os Conceitos de Cocriação e Coprodução: Resultados de uma Análise Crítica da Literatura. In: *Seminários em Administração*, 17, São Paulo, 2014. *Proceedings ... São Paulo, SEMEAD*, (1):1-12.

PAPINNIEMI, Jorma. Creating a model of process innovation for reengineering of business and manufacturing. *International Journal of Production Economics*, v. 60, p. 95-101, 1999.

O'HERN, M.; RINDFLEISCH, Aric. Customer co-creation. Ed.) NK Malhotra, *Review of Marketing Research*, *Review of Marketing Research*, v. 6, p. 84-106, 2010.

PATER, M. Co-creation. Co-creation's 5 guiding principles. Fronteer Strategy, 2009. Disponível em: <http://www.thunderfactory.com/pdfs/Co%20creation%20principles%2011-09.pdf>. Acessado em: 20 de agosto de 2015.

8.1.6. Modelagem Prático Analítico

DE CASTRO, Henrique Gonçalves; DE CARVALHO, Marly Monteiro. Gerenciamento do portfólio de projetos: um estudo exploratório. Gest. Prod., São Carlos, 17(2): 283-296, 2010

ANDRADE, Maria Margarida. Como preparar trabalhos científicos para cursos de pós-graduação. 2001.

WIKIPEDIA. Versão em português. <http://pt.wikipedia.org/wiki/Especialista>. Acessado no dia 16 de setembro de 2014 às 18h02.

GIL, Antonio Carlos. Como elaborar projetos de pesquisa. São Paulo, v. 5, p. 61, 2002.

PADOVANI, Stephania. Representações gráficas de síntese: artefatos cognitivos no ensino de aspectos teóricos em design de interface. Educação Gráfica, v. 16, n. 2, p. 123-142, 2012.

O'HERN, M.; RINDFLEISCH, Aric. Customer co-creation. Ed.) NK Malhotra, Review of Marketing Research, Review of Marketing Research, v. 6, p. 84-106, 2010.

PATER, M. Co-creation. Co-creation's 5 guiding principles. Fronteer Strategy, 2009. Disponível em: <http://www.thunderfactory.com/pdfs/Co%20creation%20principles%2011-09.pdf>. Acessado em: 20 de agosto de 2015.

8.1.7. Avaliação

BOAVENTURA, Edivaldo M. Metodologia da pesquisa: monografia, dissertação, tese. Atlas, 2004.

GIL, Antonio Carlos. Como elaborar projetos de pesquisa. São Paulo, v. 5, p. 61, 2002.

YIN, Robert. "Applications of case study research". Sage. 2 ed. Newbury Park, Estados Unidos. 2002.

SLOWFOOD BRASIL. <http://www.slowfoodbrasil.com/slowfood/o-movimento>. Acessado no dia 05 de março de 2014 às 10h39.

GIL, Antonio Carlos. Como elaborar projetos de pesquisa. São Paulo, v. 5, p. 61, 2002.

YIN, Robert. "Applications of case study research". Sage. 2 ed. Newbury Park, Estados Unidos. 2002.

STANTON, Neville; SALMON, Paul M.; RAFFERTY, Laura A. Human factors methods: a practical guide for engineering and design. Ashgate Publishing, Ltd., 2005.

8.1.8. Conclusão

UTFPR. Faço ou não faço um Mestrado? Tudo que você deve saber antes de decidir. <http://www.utfpr.edu.br/curitiba/estrutura-universitaria/diretorias/dirppg/programas/ppgeb/duvidas-sobre-mestrado>. Acessado no dia 25 de janeiro de 2016 às 10h30.

8.2. Organizada em ordem alfabética

ÁGUAS, Sofia. Do Design ao Co-Design: uma oportunidade de design participativo na transformação do espaço público. *On the W@ terfront*, n. 22, p. 57-70, 2012.

AMARAL, Maria Nazaré de Camargo Pacheco. Dilthey: conceito de vivência e os limites da compreensão nas ciências do espírito. *Trans/Form/Ação*, v. 27, n. 2, 2004.

AMATUZZI, Mauro Martins. Experiência: um termo chave para a Psicologia. *Memorandum*, v. 13, p. 8-15, 2007.

ANDRADE, Maria Margarida. Como preparar trabalhos científicos para cursos de pós-graduação. 2001.

BECCARI, Marcos. Articulação Simbólica - Uma abordagem junguiana aplicada à Filosofia do Design, 2012. Dissertação de mestrado. Universidade Federal do Paraná.

BOAVENTURA, Edivaldo M. Metodologia da pesquisa: monografia, dissertação, tese. Atlas, 2004.

BRASIL. Ministério da Cultura. <http://www.brasil.gov.br/cultura/2013/02/economia-criativa-cresce-mais-que-o-pib-no-brasil>. Acessado no dia 28 de janeiro de 2016 às 15h35.

CASTRO, J. C. de, & CASTRO, M. C. de. 2009. In: Home: Speculum <http://hyperlexikon.hyperlogos.info/modules/lexico/entry.php?entryID=567>. Acessado no dia 13 de abril de 2015.

CONFORTO, Edivandro Carlos; AMARAL, Daniel Capaldo; SILVA, Sérgio Luis da. Roteiro para revisão bibliográfica sistemática: aplicação no desenvolvimento de produtos e gerenciamento de projetos. In: *Anais Congresso Brasileiro de Gestão de Desenvolvimento de Produtos*. 2011.

COSTA, Daniel Ferreira da. Cocriação: uma perspectiva do consumidor. Tese de Doutorado. Universidade de São Paulo.

DA SILVA, Rodrigo Fernandes. O Conceito de Vivência em Wilhelm Dilthey: a fulgura da historicidade da existência. *Revista de Teoria da História*, v. 1, n. 1, p. 18-23, 2009.

DE CASTRO, Henrique Gonçalves; DE CARVALHO, Marly Monteiro. Gerenciamento do portfólio de projetos: um estudo exploratório. *Gest. Prod.*, São Carlos, 17(2): 283-296, 2010

DE MORAIS, FÁBIO ROGÉRIO; BONOMI, JULIANA. Refinando os Conceitos de Cocriação e Coprodução: Resultados de uma Análise Crítica da Literatura. In: *Seminários em Administração*, 17, São Paulo, 2014. *Proceedings ... São Paulo, SEMEAD*, (1):1-12.

EKAMBI-SCHIMIDT, Jézabelle. 1974. La percepción del hábitat. Editorial Gustavo Gili. Barcelona, 1974.

FERNANDES, Marcos Aurélio. Consciência, vivência e vida: um percurso fenomenológico. Revista da Abordagem Gestáltica, v. 16, n. 1, p. 29-41, 2010.

FRANCO, de A. Cocriação: reinventando o conceito. Festival de Ideias, p. 1–86, 2012.

FROW, Pennie; PAYNE, Adrian. Towards the 'perfect' customer experience. Journal of Brand Management, v. 15, n. 2, p. 89-101, 2007.

GIL, Antonio Carlos. Como elaborar projetos de pesquisa. São Paulo, v. 5, p. 61, 2002.

HEEMANN, Adriano; LIMA, Patrícia Jorge Vieira; CORRÊA, Jeandrey Scussiatto. Fundamentos para o Alcance da Colaboração em Design. Estudos em Design, v. 18, n. 2, 2015.

KASTENHOLZ, Elisabeth et al. Reinventar o turismo rural em Portugal: cocriação de experiências turísticas sustentáveis. 2014.

KAULIO, Matti A. Customer, consumer and user involvement in product development: A framework and a review of selected methods. Total Quality Management, v. 9, n. 1, p. 141-149, 1998.

KOTLER, Philip; BLOOM, Paul N. Marketing para serviços profissionais. Atlas, 1990.

KRUCKEN, Lia; MOL, Iara. Abordagens para cocriação no ensino do design: reflexões sobre iniciativas no contexto da graduação e da pós graduação. Blucher Design Proceedings, v. 1, n. 4, p. 992-1000, 2014.

LARROSA, J. Sobre la experiencia y el saber de experiencia. Larrosa, J. y otros, Más allá de la comprensión: lenguaje, formación y pluralidad, Caracas: CDCHT-USR y Revista Ensayo y Error, p. 51-77, 2002.

LIMA, Patrícia Jorge Vieira; HEEMANN, Adriano. Premissas para o Alcance do Trabalho Colaborativo em Design. Anais do V Congresso Internacional de Pesquisa em Design, 563–569. 2009.

LINDSTRÖM, Jennie. Meeting room design based on experience production and the creative process: a conceptual development of meeting rooms for the meeting industry. 2009.

LÖBACH, Bernd. Design industrial: bases para a configuração dos produtos industriais. Edgard Blücher, 2001.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. Fundamentos de metodologia científica. In: Fundamentos de metodologia científica. Atlas, 2010.

MERMIRI, Tina. The transformation economy. Beyond Experience: Culture, 2009.

MICHAELIS. Moderno Dicionário da Língua Portuguesa. <http://michaelis.uol.com.br/moderno/portugues/index.php>. Acessado no período do dia 05 de março de 2014 às 10h39 até 26 de janeiro de 2016 às 20h46.

MIGUEZ, Paulo. Economia criativa: uma discussão preliminar. Teorias & políticas da cultura, p. 95, 2007.

MORENTE, Manuel Garcia; BENGOCHEA, Juan Zaragüeta. Fundamentos de filosofia. Mestre Jou, 1970.

MORITZ, S. Service Design: Practical Access to an Evolving Field. Köln International School of Design. University of Applied Sciences Cologne. 2005.

NIELSEN, Jacob. Bridging the designer-user gap. 2008.

O'HERN, M.; RINDFLEISCH, Aric. Customer co-creation. Ed.) NK Malhotra, Review of Marketing Research, Review of Marketing Research, v. 6, p. 84-106, 2010.

PADOVANI, Stephania. Representações gráficas de síntese: artefatos cognitivos no ensino de aspectos teóricos em design de interface. Educação Gráfica, v. 16, n. 2, p. 123-142, 2012.

PADOVANI, Stephania; PUPPI, Maicon Bernert; SCHLEMMER, André. A proposal of descriptive framework for the characterization of smartphone navigation systems. Blucher Design Proceedings, v. 1, n. 2, p. 890-898, 2014.

PAPINNIEMI, Jorma. Creating a model of process innovation for reengineering of business and manufacturing. International Journal of Production Economics, v. 60, p. 95-101, 1999.

PATER, M. Co-creation. Co-creation's 5 guiding principles. Fronteer Strategy, 2009. Disponível em: <http://www.thunderfactory.com/pdfs/Co%20creation%20principles%2011-09.pdf>. Acessado em: 20 de agosto de 2015.

PINE, B. Joseph; GILMORE, James H. The experience economy: work is theatre & every business a stage. Harvard Business Press, 1999.

PRADO, Diogo Diederichs. Valor criado pelo cliente: proposta de uma estratégia de design de ambientes virtuais de cocriação. 2010. Tese de Doutorado. Universidade Federal do Rio de Janeiro.

PRAHALAD, Coimbatore K.; RAMASWAMY, Venkat. Co-creation experiences: The next practice in value creation. Journal of interactive marketing, v. 18, n. 3, p. 5-14, 2004.

PRODANOV, Cleber Cristiano; DE FREITAS, Ernani Cesar. Metodologia do Trabalho Científico: Métodos e Técnicas da Pesquisa e do Trabalho Acadêmico-2ª Edição. Editora Feevale, 2013.

ROSA, Mirela. Contribuições da integração do design baseado em evidências e experiências para um projeto em design de serviço no contexto hospitalar. 2013. Dissertação de Mestrado. Tese de Doutorado. Universidade do Vale do Rio dos Sinos.

ROUQUAYROL, M. Z.; ALMEIDA FILHO, N. Introdução à epidemiologia moderna. Rio de Janeiro, Medsi, v. 6, 2002.

SANDERS, E. B. Scaffolds for experiencing in the new design space. Information Design, p. 1-6, 2002.

SANDERS, Elizabeth B.-N.; DANDAVATE, Uday. Design for experiencing: New tools. In: Proceedings of the First International Conference on Design and Emotion, Overbeeke, CJ, Hekkert, P.(Eds.), Delft University of Technology, Delft, The Netherlands. 1999. p. 87-91.

SANDERS, Elizabeth B.-N.; STAPPERS, Pieter Jan. Co-creation and the new landscapes of design. Co-design, v. 4, n. 1, p. 5-18, 2008.

SANDERS, Elizabeth B.-N.; WESTERLUND, Bo. Experiencing, exploring and experimenting in and with co-design spaces. Nordes, n. 4, 2011.

SCARIOT, Cristiele A.; HEEMANN, Adriano; PADOVANI, Stephania. Understanding the collaborative-participatory design. Work, v. 41, n. Supplement 1, p. 2701-2705, 2012.

SCHNEIDER, Jakob; STICKDORN, Marc. This is service design thinking: basics, tools, cases. Wiley, 2011.

SEIBT, Cezar Luís. Da fenomenologia "reflexiva" à fenomenologia hermenêutica. Princípios: Revista de Filosofia, v. 19, n. 31, p. 79-98, 2012.

SLOWFOOD BRASIL. <http://www.slowfoodbrasil.com/slowfood/o-movimento>. Acessado no dia 05 de março de 2014 às 10h39.

SONICRIM, Liz Sanders. Collective creativity. Design, v. 6, n. 3, p. 1-6, 2001.

STANTON, Neville; SALMON, Paul M.; RAFFERTY, Laura A. Human factors methods: a practical guide for engineering and design. Ashgate Publishing, Ltd., 2005.

UTFPR. Faço ou não faço um Mestrado? Tudo que você deve saber antes de decidir. <http://www.utfpr.edu.br/curitiba/estrutura-universitaria/diretorias/dirppg/programas/ppgeb/duvidas-sobre-mestrado>. Acessado no dia 25 de janeiro de 2016 às 10h30.

VARGAS, Heliana Comin; LISBOA, Virgínia Santos. Dinâmicas espaciais dos grandes eventos no cotidiano da cidade: significados e impactos urbanos. Cadernos Metrópole. ISSN (impresso) 1517-2422;(eletrônico) 2236-9996, v. 13, n. 25, 2011.

VERGARA, Sylvia Constant. Projetos e relatórios de pesquisa em administração. São Paulo: Atlas, 2000. Métodos de pesquisa em administração, v. 3, 2009.

VIESENTEINER, Jorge Luiz. O conceito de vivência (Erlebnis) em Nietzsche: gênese, significado e recepção. Kriterion: Revista de Filosofia, v. 54, n. 127, p. 141-155, 2013.

WIKIPEDIA. Versão em português. <http://pt.wikipedia.org/wiki/Especialista>. Acessado no dia 16 de setembro de 2014 às 18h02.

YIN, Robert. "Applications of case study research". Sage. 2 ed. Newbury Park, Estados Unidos. 2002.

ZAIRI, Mohamed. Business process management: a boundaryless approach to modern competitiveness. Business Process Management Journal, v. 3, n. 1, p. 64-80, 1997.

ZALTMAN, Gerald; BURGER, Philip. Marketing research: Fundamentals and dynamics. Dryden Press, 1975.

APÊNDICE 1: Exemplo de Carta Convite aos entrevistados

Prezado [nome do participante],

Sou Luiz Henrique Strapasson Mileck, engenheiro pela Universidade Federal do (UFPR), estudante de mestrado do Programa de Pós-graduação de Design (PPGDesign) da UFPR e empreendedor no setor de serviços em experiências gastronômicas.

Entro em contato para sondar a possibilidade de realização de uma pesquisa de campo nas dependências do [nome do estabelecimento]. Pretende-se com esta pesquisa, analisar como é feito o processo criativo e colaborativo para a criação de um evento, serviço ou experiência.

Esta pesquisa tem uma abordagem exploratória e é de caráter inicial da segunda etapa da pesquisa completa, que está sendo desenvolvida para a elaboração de uma dissertação de mestrado para o PPGDesign da UFPR, cujo objetivo principal é a criação de um modelo de co-criação de vivências, com orientação da professora doutora em Ergonomia Cognitiva, Stephania Padovani.

Atenciosamente,



Luiz Henrique Strapasson Mileck
07 de outubro de 2014

APÊNDICE 2: Roteiro das entrevistas (segunda versão)

Perfil do entrevistado

- Local:
- Criador:
- Idade:
- Formação:
- Quanto tempo cria:
- Qual sua trajetória:

Criação (objetivo é compreender como é o processo de criação)

- Qual é o resultado final de criação?
 - i. Produto, Serviço, Evento, Ambiente, ...
- O que você busca: um resultado prático concreto ou um resultado subjetivo intangível? Porque?
- O que é essencial para você alcançar este resultado?
 - i. Local, Pessoas,
- Explique como funciona seu processo de criação?
- Como acontece o início do processo de criação: inquietação interna ou demanda externa?
- Com relação a abertura, qualquer pessoa pode participar ou existe um processo de seleção?
- Com relação a propriedades e responsabilidades, ela é restrita aos iniciadores do processo ou é compartilhada também com os contribuidores?
- Com relação a seleção de atividades, ela é dirigida pela empresa ou pelo cliente?
- Com relação a contribuição de atividades, ela é fixa ou aberta?
- Seu processo de criação sempre foi como acabou de descrever?
- Qual é a sua equipe de criação?
- Descreva o seu local de criação?
- Quais são seus suportes de criação?
 - i. Técnicas, Dinâmicas, Ferramentas, ...
- Você citou as seguintes vantagens (citar vantagens). Tem alguma desvantagem de se criar em grupo?

Conceitos (objetivo é perceber como na prática as pessoas percebem a co-criação de vivências)

- O que significa para você a palavra “vivência”?
- Você já criou uma vivência ou conhece alguém que já criou? Detalhe em um exemplo.
 - i. Existem características de Plenitude, Caráter imediato e Significabilidade?
- O que significa para você a palavra “co-criação”?
- E no que esta abordagem se diferencia de outras formas de criação. Detalhe em um exemplo.

APÊNDICE 3: Roteiro de apresentação da dinâmica

Vocês estão aqui para participar da co-criação da vivência [Tema], que nos foi encomendada por [Empresa].

A ideia desta dinâmica é que vocês possam planejar seu processo de co-criação e discutir ou mesmo definir as características para a vivência que estão criando.

O material da dinâmica é o seguinte (Mostrar os elementos enquanto explica para os participantes):

- 1 tabuleiro para planejar a co-criação que contém 3 categorias: Processo, Pessoas e Contexto;
- 2 tabuleiros para a discussão das características da vivência que contém 6 categorias: Plenitude, Significabilidade, Imediatez, Processo, Imersão e Encontro;

Cada tabuleiro contém categorias que se relacionam às cartas de atributos, possuindo as mesmas cores de identificação. (Mostrar elementos)

Cada carta de atributo possui na frente o nome do atributo e uma definição, e no verso uma pergunta relacionada ao atributo. (Mostrar elementos)

Com o tabuleiro de categorias à disposição e as com cartas de atributos posicionadas com o nome do atributo à mostra (frente), a dinâmica consiste em escolher as cartas de atributos para que a co-criação de vivências seja mapeada, e em seguida responde-las, detalhando assim sua vivência.

Não existe uma ordem específica para que a dinâmica seja feita, podendo ser iniciada com qualquer categoria do tabuleiro ou com qualquer carta de atributos.

Para cada categoria no tabuleiro, não é necessário que todas as cartas de atributos sejam escolhidas, mas sim apenas aquelas que contenham atributos pertinentes a vivência que se pretende co-criar.

As cartas de atributos da categoria “processo” (marrom) podem excluir umas às outras, e por isso estão dispostas em grupos. Por exemplo no grupo Início, o grupo deverá escolher entre as cartas de atributos “Inquietação Interna” ou “Demanda Externa” ou “Ambas”, deixando a escolhida no tabuleiro e as não escolhidas a margem da dinâmica.

Uma vez escolhidas as cartas de atributos já posicionadas nas categorias respectivas do tabuleiro, pode-se começar a desvirar as cartas e responder as perguntas que se encontram no verso, iniciando o processo de detalhamento da vivência. Não é necessário que todas as cartas sejam respondidas para que dê seguimento à dinâmica, podendo voltar no momento que quiser para responde-las. Não é necessário sequer responde-las caso a intenção seja apenas mapear a co-criação da vivência.

As respostas para estas perguntas podem ser anotadas em um caderno ou documentadas em meio digital, conforme conveniência do grupo.

Todos os atributos tiveram sua origem em uma pesquisa teórica e em práticas de mercado, porém podem ser insuficientes para algumas especificidades. Para isso existem algumas cartas de atributos coringas, com frente e verso em branco. Elas podem ser usadas para criar atributos novos e específicos para sua co-criação de vivência.

Existe ainda a possibilidade de utilizar uma carta de atributo em outra categoria, diferente da inicialmente prevista (cores diferentes), caso o grupo sinta necessidade disso.

Ao final da dinâmica, pode-se contar a quantidade de cartas escolhidas para cada categoria e ter-se uma ideia de quais categorias terão mais foco na co-criação de vivências.

APÊNDICE 4: Atributos Gerais – Categorias do Tabuleiro

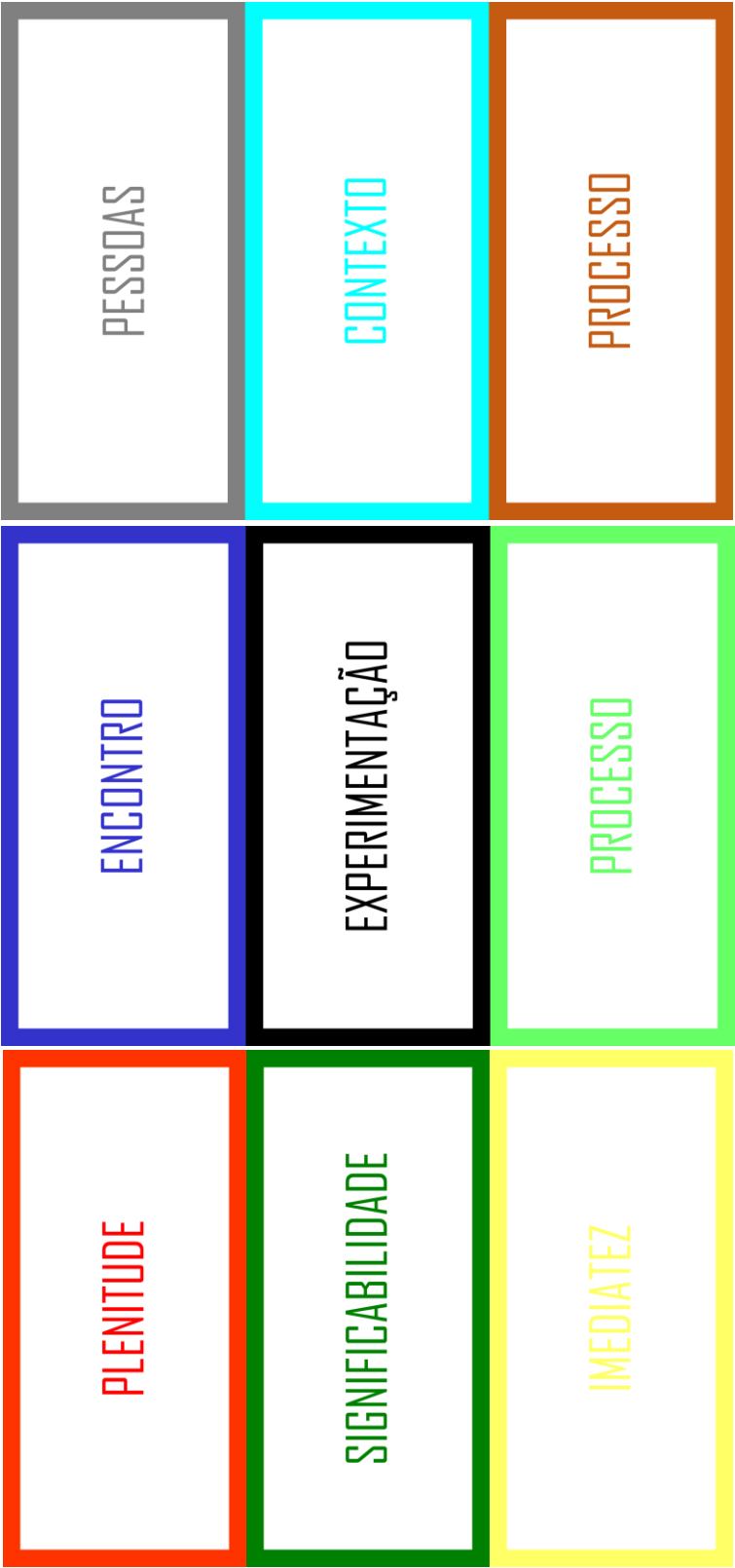


Figura A4.1 - Atributos Gerais dispostos em formato de categorias do tabuleiro










APÊNDICE 5: Atributos Específicos – Cartas-atributo

INTERESSADAS Definição de Interesse: Sentimento que acompanha a atenção dirigida para um conteúdo específico.	Porque as pessoas participantes da co-criação são INTERESSADAS?	CONFIÁVEIS Definição de Confiança: Segurança íntima com que se procede. Crédito. Fé. Boa fama. Segurança e bom conceito. Esperança firme. Familiaridade.	Porque as pessoas participantes da co-criação são CONFIÁVEL?	COMPROMETIDAS Definição de Comprometimento: Ação de comprometer; empenhar; envolver-se em uma responsabilidade fixada.	Porque as pessoas participantes da co-criação são COMPROMETIDAS?
COMUNICATIVAS Definição de Comunicação: Ação, efeito ou meio de comunicar. Processo pelo qual ideias e sentimentos se transmitem de indivíduo para indivíduo, tornando possível a interação social.	Porque as pessoas participantes da co-criação são COMUNICATIVAS?	EQUIPES Definição de Equipes: Conjunto de dois ou mais indivíduos que, juntos, tomam parte em uma competição esportiva. Grupo de pessoas organizado para um serviço determinado: quadro, pessoal.	Quem será a EQUIPE?	OBJETIVOS COMUNS Definição de Objetivo Comum: Consenso; algo compartilhado, consciente ou inconscientemente, pelos membros de um grupo.	Quais são os OBJETIVOS COMUNS?

Figura A5.1 - Atributos Específicos dispostos em formato de cartas-atributo da categoria Pessoas

PROPÓSITO Definição de Propósito: Intenção de fazer ou deixar de fazer alguma coisa: decisão, deliberação, resolução. Designio, intento, projeto, ténção. Objeto que se tem em vista: fim, intento, mira. Bom senso, juízo, prudência, fim.	Qual é o PROPÓSITO?	COOPERAÇÃO Definição de Cooperação: Atto de coopear; colaboração; prestação de auxílio para um fim comum: solidariedade.	Como o contexto promoverá a COOPERAÇÃO?
CO-GERENCIAMENTO Definição de Gerenciamento: Atto de administrar, dirigir uma organização ou uma empresa.	Como será o CO-GERENCIAMENTO?	INTEGRAÇÃO Definição de Integração: Atto ou processo de integrar; incorporação; complemento. Condição de constituir um todo pela adição ou combinação de partes ou elementos. Ajustamento recíproco dos elementos constitutivos de uma dada cultura de modo a formar um todo equilibrado.	Como o contexto promove a INTEGRAÇÃO?
MOTIVAÇÃO Definição de Motivação: Atto de motivar. Processo de iniciação de uma ação consciente e voluntária.	Como o contexto promove a MOTIVAÇÃO?	COORDENAÇÃO Definição de Coordenação: Ação ou efeito de coordenar. Disposição ou classificação na mesma ordem. Colaboração harmoniosa de partes e sequência normal de funções.	Como o contexto promove a COORDENAÇÃO?
COMPARTILHAMENTO ACESSÍVEL Definição de Acessível: De fácil acesso. A que se pode chegar; aproximável. Que se pode alcançar, conseguir ou possuir. Compreensível, inteligível.	Como o contexto promove o COMPARTILHAMENTO ACESSÍVEL?	CONFIANÇA Definição de Confiança: Segurança íntima com que se procede. Crédito. Fé. Boa fama. Segurança e bom conceito. Esperança firme. Familiaridade.	Como o contexto promove a CONFIANÇA?

Figura A5.2 - Atributos Específicos dispostos em formato de cartas-atributo da categoria Contexto

<p>INÍCIO: INQUIETAÇÃO INTERNA</p>  <p>O início do processo surge a partir de um desejo ou necessidade interna de algum indivíduo do grupo.</p>	<p>Qual é a INQUIETAÇÃO INTERNA para a Co-criação?</p>	<p>INÍCIO: DEMANDA EXTERNA</p>  <p>O início do processo é por pressão de uma solicitação externa ao grupo.</p>	<p>Qual é a DEMANDA EXTERNA para a Co-criação?</p>	<p>INÍCIO: DEMANDA EXTERNA combinada com INQUIETAÇÃO INTERNA</p>  <p>Uma combinação de demanda externa com inquietação interna.</p>	<p>Qual é a DEMANDA EXTERNA e a INQUIETAÇÃO INTERNA para a Co-criação?</p>
<p>RESULTADO: PRÁTICO CONCRETO</p>  <p>O processo resulta em um produto, serviço ou outra criação concreta.</p>	<p>Qual é o resultado PRÁTICO CONCRETO esperado?</p>	<p>RESULTADO: SUBJETIVO INTANGÍVEL</p>  <p>O processo resulta em um produto sempre ou sempre com características subjetivas e intangíveis.</p>	<p>Qual é o resultado SUBJETIVO INTANGÍVEL esperado?</p>	<p>RESULTADO: PRÁTICO CONCRETO combinado com SUBJETIVO INTANGÍVEL</p>  <p>Uma combinação de resultado prático concreto com o subjetivo intangível.</p>	<p>Qual é o resultado PRÁTICO CONCRETO e SUBJETIVO INTANGÍVEL esperado?</p>
<p>DELIMITAÇÃO: BEM DELIMITADO</p>  <p>O desenvolvimento da fase de levantamento de dados é estruturado independentemente das fases de concepção.</p>	<p>Como será BEM DELIMITADO o processo criativo?</p>	<p>DELIMITAÇÃO: PARCIALMENTE DELIMITADO</p>  <p>O desenvolvimento da fase de levantamento de dados se mistura com a fase de concepção.</p>	<p>Como será DELIMITADO o processo criativo?</p>	<p>DELIMITAÇÃO: MAL DELIMITADO</p>  <p>O desenvolvimento das fases de levantamento de dados e de concepção acontecem quase simultaneamente.</p>	<p>Como será o processo criativo MAL DELIMITADO?</p>






<p>COM MONITORAMENTO</p>  <p>O resultado da co-criação é monitorado para possíveis melhorias técnicas.</p>	<p>Como será o monitoramento do resultado?</p>	<p>SEM MONITORAMENTO</p>  <p>Não existe monitoramento. É dada a exceção de resultado da co-criação.</p>	<p>Porque o monitoramento é desnecessário?</p>	<p>FORMATO ABERTO</p>  <p>As contribuições não são isoladas, permitindo reações instantâneas.</p>	<p>Como fazer com que o FORMATO ABERTO seja garantido?</p>	<p>FORMATO FIXO</p>  <p>As contribuições são direcionadas e possuem formato fixo.</p>	<p>Qual é o FORMATO FIXO das contribuições?</p>
<p>SELEÇÃO: DIRIGIDA PELO CLIENTE</p>  <p>Co-criação é feita através da interação de seleção pelo cliente.</p>	<p>Como a seleção é DIRIGIDA pelo CLIENTE?</p>	<p>SELEÇÃO: DIRIGIDA PELA EMPRESA</p>  <p>A co-criação é dirigida pela empresa.</p>	<p>Como a seleção é DIRIGIDA pela EMPRESA?</p>	<p>RESPONSABILIDADE/ PROPRIEDADE: INICIADOR</p> <p>As responsabilidades, assim como a propriedade da criação, são divididas entre todos os contribuidores, mas apenas com o iniciador do processo.</p>	<p>Qual será a responsabilidade e propriedade do INICIADOR?</p>	<p>RESPONSABILIDADE/ PROPRIEDADE: INICIADOR + CONTRIBUIDORES</p> <p>As responsabilidades, assim como a propriedade da criação, são divididas entre todos os contribuidores, mas com o iniciador do processo.</p>	<p>Como será dividida a responsabilidade e a propriedade entre o INICIADOR e os CONTRIBUIDORES?</p>
<p>ABERTURA: QUALQUER PESSOA</p>  <p>O processo de co-criação é aberto para que qualquer pessoa possa participar.</p>	<p>Como fazer com que a ABERTURA para QUALQUER PESSOA seja garantido?</p>	<p>ABERTURA: COM SELEÇÃO</p>  <p>O processo de co-criação é aberto e qualquer um pode participar de seleção.</p>	<p>Qual é o processo de SELEÇÃO?</p>	<p>DESENVOLVIMENTO DE IDEIAS</p> <p>Definição de Tema/tema/temas: Construção de cenário geral/geral. Passagem gradual de um estado inicial a um estado mais desenvolvido. Desenvolvimento progressivo. Liberdade, desenvolvimento, análise.</p>	<p>Como acontecerá o DESENVOLVIMENTO DE IDEIAS?</p>	<p>TRANSFORMAÇÃO PESSOAL</p> <p>Definição de Transformação: Atos ou fatos de transformar ou de se transformar. Mudança de uma forma ou forma de ser para outra, melhor, diferente, melhor, diferente.</p>	<p>Qual será a TRANSFORMAÇÃO PESSOAL?</p>

Figura A5.3 - Atributos Específicos dispostos em formato de cartas-atributo da categoria Processo (co-criação)

<p>SENSAÇÃO DE COMPARTILHAR</p> <p>Definição de Compartilhar: Participar de, ter ou tomar parte em.</p>	<p>Descreva como será a SENSÇÃO de COMPARTILHAR desta vivência?</p>	<p>TROCA</p> <p>Definição de Troca: Atos ou fatos de trocar. Conversão, mudança, transformação. Compensação, recompensa.</p>	<p>Descreva como será a TROCA desta vivência?</p>	<p>CONJUNTO DE PESSOAS</p> <p>Definição de Conjunto: Junta simultaneamente. Ligado. Anexo, contíguo, próximo.</p>	<p>Descreva qual será o CONJUNTO de PESSOAS desta vivência?</p>
--	--	---	--	--	--

Figura A5.4 - Atributos Específicos dispostos em formato de cartas-atributo da categoria Encontro



Figura A5.5 - Atributos Especificos dispostos em formato de cartas-atributo da categoria Experimentação

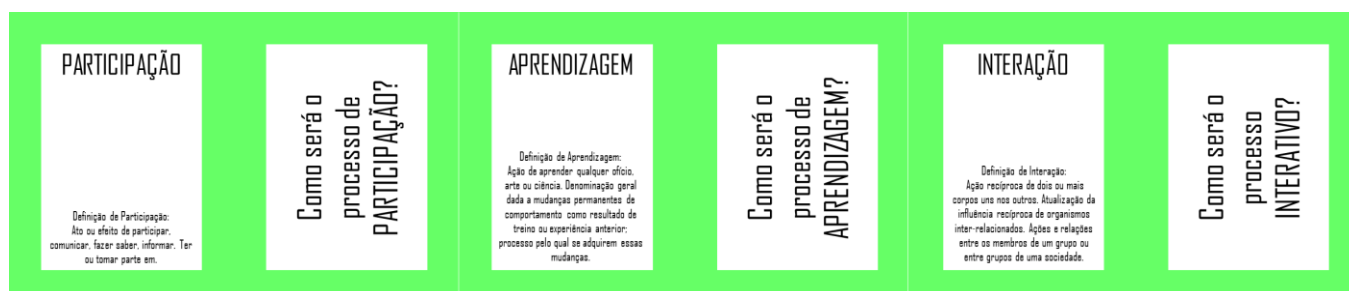


Figura A5.6 - Atributos Especificos dispostos em formato de cartas-atributo da categoria Processo (vivência)



Figura A5.7 - Atributos Especificos dispostos em formato de cartas-atributo da categoria Plenitude



Figura A5.8 - Atributos Especificos dispostos em formato de cartas-atributo da categoria Significabilidade



Figura A5.9 - Atributos Especificos dispostos em formato de cartas-atributo da categoria Imediatez

APÊNDICE 6: Modelo Teórico de Cocriação de Vivências

Vivência	Plenitude	<ul style="list-style-type: none"> • Estética: A vivência não pode ser determinada racionalmente, conferindo “uma dimensão estética”, devendo “ser unicamente experimentado, ou melhor, ‘sentido na pele’ (Viesenteiner, 2013). • Sentimento: Vivência é caracterizada como sentimento ou “Pathos”, um contraconceito da razão que significa padecimento em oposição a ação (Viesenteiner, 2013). • Ausência de consciência: Vivência é completamente inconsciente e acompanha o fluxo daquilo que vai acontecendo, enquanto que a reflexão impõe uma parada de movimento, uma ruptura e destruição da vivência (Seibt, 2012).
	Significabilidade	<ul style="list-style-type: none"> • Intensidade: “o que é vivenciado deve ter uma intensidade de tal modo significativa, cujo resultado confere uma importância que transforma por completo o contexto geral da existência” (Viesenteiner, 2013). • Intencionalidade: “No âmbito da teorização não se vive mais na vivência, mas ela se coloca lá, aí, diante, cria um intervalo dentro da própria vivência, que a divide em polos que se põem um diante do outro, como conhecedor e conhecido, como sujeito e objeto. Isso só é possível se a vivência é extraída do seu vivo fluxo de realização, o que significa que ela se orienta intencionalmente” (Seibt, 2012). • Evento: “O vivenciar não é um processo que passa por mim e que eu posso representar como um objeto”, e neste sentido, “podemos compreender a vivência intencional como evento sendo o processo apenas uma pálida reminiscência do evento” (Fernandes, 2010).
	Imediatez	<ul style="list-style-type: none"> • Impacta a realidade: “O mundo, o mundo das coisas e o mundo das pessoas, o mundo do real e do ideal, enfim, o todo do ente só se nos faz acessível, só se nos dá, a partir de nossas vivências” (Fernandes, 2010). • Impacta o indivíduo: “No vivenciar, eu aconteço e, por outro lado, acontece algo comigo”. “toda vivência é sempre ‘minha’ vivência exclusivamente individual, e isso significa ‘não apenas que eu sinto, mas também que eu incondicionalmente sinto’” (Heidegger, 1987, apud Fernandes, 2010). • Ausência de legado: “vivência tem o caráter de ligação imediata com a vida”, e deste modo não é possível se vivenciar algo “através do legado de uma tradição e nem através de algo de que ‘se ouviu falar’” e por isso “o caráter de ‘imediatez’ da vivência com a vida” (Viesenteiner, 2013).
Cocriação	Processo	<ul style="list-style-type: none"> • Atividade de seleção - Dirigida pelo Cliente: A cocriação é feita através da atividade de seleção pelo cliente (1). • Atividade de seleção - Dirigida pela Empresa: A cocriação é dirigida pela empresa. (1) • Contribuições com formato – Fixo: As contribuições são definidas e possuem formato fixo. (1) • Contribuições com formato – Aberto: As contribuições não são definidas permitindo inclusões abertamente (1). • Abertura - Qualquer pessoa: O processo de cocriação é aberto para que qualquer pessoa possa participar (2). • Abertura - Existe seleção: O processo de cocriação não é aberto e acontece após um processo de seleção (2). • Responsabilidade/propriedade - Apenas Iniciador: As responsabilidades, assim como a propriedade da criação, ficam apenas com o iniciador do processo (2). • Responsabilidade/propriedade - Iniciador + contribuidores: As responsabilidades, assim como a propriedade da criação, são divididas com todos os contribuidores, bem como com o iniciador do processo (2).
	Pessoas	<ul style="list-style-type: none"> • Interessados: (Interesse) Sentimento que acompanha a atenção dirigida para um conteúdo específico (DM). • Confiáveis: (Confiança) Segurança íntima com que se procede. Crédito, fé. Boa fama. Segurança e bom conceito. Esperança firme. Familiaridade (DM). • Comprometidas: Comprometimento: Ação de comprometer, empenhar, envolver-se em uma responsabilidade funesta (DM). • Comunicativas: Comunicação: Ação, efeito ou meio de comunicar. Processo pelo qual ideias e sentimentos se transmitem de indivíduo para indivíduo, tornando possível a interação social (DM).
	Contexto	<ul style="list-style-type: none"> • Integração: Ato ou processo de integrar; incorporação, complemento. Condição de constituir um todo pela adição ou combinação de partes ou elementos. Ajustamento recíproco dos elementos constitutivos de uma dada cultura de modo a formar um todo equilibrado (DM). • Motivação: Ato de motivar. Processo de iniciação de uma ação consciente e voluntária (DM). • Coordenação: Ação ou efeito de coordenar. Disposição ou classificação na mesma ordem. Colaboração harmoniosa de partes e sequência normal de funções (DM). • Confiável: (Confiança) Segurança íntima com que se procede. Crédito, fé. Boa fama. Segurança e bom conceito. Esperança firme. Familiaridade (DM). • Compartilhamento acessível: De fácil acesso. A que se pode chegar; aproximável. Que se pode alcançar, conseguir ou possuir. Compreensível, inteligível (DM).

LEGENDA FONTES: Elaborada pelo autor a partir de (1) O’Hern & Rindfleisch, 2008; e (2) Pater, 2009; (DM)

Dicionário da língua portuguesa MICHAELIS

APÊNDICE 7: Modelo Prático de Cocriação de Vivências

Vivência	Processo	<ul style="list-style-type: none"> • Participação: Vivenciar fazendo parte do que está acontecendo, não apenas assistindo, mas de fato participando do que está acontecendo naquele momento, a pessoa é mais agente na vivência que na experiência (DV). • Aprendizagem: Processo de aprendizado, que acontece invariavelmente em conjunto (CH). • Interativo: Algo interativo, é uma via de mão dupla (RM).
	Experimentação	<ul style="list-style-type: none"> • Prática: Na vivência a pessoa precisa pôr a mão na massa (DV); Aplicar coisas na prática (CH). • Nova experiência: Todo uma prática em que os participantes têm a oportunidade de experienciar algo que seja novo ou não desde que seja algo experienciado de uma forma diferente (RG). • Ausente de método científico: Vivência é exatamente a essência da experimentação empírica pelo indivíduo, uma vivência só é uma vivência se ela for experiencial, portanto empírica e significativa (RG); Experienciação se aproxima de vivência, significa que você precisa pensar no que aquilo representa para sua vida (JM). • Sensação de estar vivendo: Vivência é o que eu estou vivendo, é o presente (WM).
	Encontro	<ul style="list-style-type: none"> • Troca: Você absorve e também oferece alguma coisa, a balança não importa (RM). • Sensação de compartilhar: Sentimento de compartilhar, se estar junto (JM). • Conjunto de pessoas: Característica de imersão, com tempo determinado, muitas pessoas juntas aprendendo sobre um determinado tema (CH).
	Plenitude	<ul style="list-style-type: none"> • Imersão: Característica de imersão, com tempo determinado, muitas pessoas juntas aprendendo sobre um determinado tema (CH). • Estética: Ter a experiência estética junto (JM). • Sentimento: Tocar todos os sentidos (RM).
	Significabilidade	<ul style="list-style-type: none"> • Transformação: Sair melhor do que entrou (RM). • Sensação de premiação: Conquista que estimula (JM).
	Imediatez	<ul style="list-style-type: none"> • Presença Física: Presença física, você está de corpo presente (RM). • Verdade: É experiência verdadeira, é vivenciar um momento verdadeiro, é verdade (NB). • Disponibilidade: Estar atento ao dia-a-dia (ou não, tem coisas que te pegam lá na frente), estar disponível (IA).
Cocriação	Processo	<ul style="list-style-type: none"> • Início - Inquietação Interna: O início do processo surge a partir de um desejo ou necessidade interna de algum indivíduo do grupo (Autor). • Início - Demanda Externa: O início do processo surge através de uma solicitação externa ao grupo (Autor). • Início - Inquietação Interna e Demanda Externa: Uma combinação de demanda externa com inquietação interna (Autor). • Resultado - Prático concreto: O processo resulta em um produto, serviço ou evento prático e concreto (Autor). • Resultado - Subjetivo intangível: O processo resulta em um produto, serviço ou evento com características subjetivas e intangíveis (Autor). • Resultado - Prático concreto e subjetivo intangível: Uma combinação de resultado prático concreto com o subjetivo intangível (Autor). • Monitoramento – Sim: O resultado da cocriação é monitorado para possíveis melhorias futuras (Autor). • Monitoramento – Não: Não existe monitoramento durante a execução do resultado da cocriação (Autor). • Delimitação - Bem delimitado: O desenvolvimento da fase de levantamento de dados acontece separadamente da fase de concepção (Autor). • Delimitação - Parcialmente delimitado: O desenvolvimento da fase de levantamento de dados se mistura com a fase de concepção (Autor). • Delimitação - Mal delimitado: O desenvolvimento das fases de levantamento de dados e de concepção acontecem quase simultaneamente (Autor).

(Continua na próxima página)

		<ul style="list-style-type: none"> • Transformação Pessoal: Criar em conjunto é fundamental para o crescimento (NB). • Desenvolvimento de ideias: Processos de criação de soluções, de desenvolvimento de ideias que acontecem em conjunto e que não tem resultado esperado (CH).
	Pessoas	<ul style="list-style-type: none"> • Equipes: Criação conjunta, que pode ser em conjunto de uma equipe, de várias equipes, de empresas diferentes (RM). • Objetivos comuns: Co-criar algo é estabelecer o “o que” em o “como”, baseando sempre num “porque”, e paralelamente a isso, existe um processo de criação compartilhada, aonde o “o que” já está estabelecido e o grupo tem uma participação efetiva no processo do “como” realizar, alinhados sempre com um mesmo “porque” (RG).
	Contexto	<ul style="list-style-type: none"> • Propósito: Alguém realmente traz uma contribuição que seja pertinente, que desenvolva alguma coisa, é diferente de inspiração, cocriação existe quando existe propósito e intenção (IA). • Co-gerenciamento: Cocriação e Co-gerenciamento andam juntos. Cocriação é muito fácil. Manutenção é a mais importante (JM).

APÊNDICE 8: Modelo Teórico-Prático de Cocriação de Vivências

Vivência	Processo	<ul style="list-style-type: none"> • Participação: Vivenciar fazendo parte do que está acontecendo, não apenas assistindo, mas de fato participando do que está acontecendo naquele momento, a pessoa é mais agente na vivência que na experiência (DV). • Aprendizagem: Processo de aprendizado, que acontece invariavelmente em conjunto (CH). • Interativo: Algo interativo, é uma via de mão dupla (RM).
	Experimentação	<ul style="list-style-type: none"> • Prática: Na vivência a pessoa precisa pôr a mão na massa (DV); Aplicar coisas na prática (CH). • Nova experiência: Todo uma prática em que os participantes têm a oportunidade de experienciar algo que seja novo ou não desde que seja algo experienciado de uma forma diferente (RG). • Ausente de método científico: Vivência é exatamente a essência da experimentação empírica pelo indivíduo, uma vivência só é uma vivência se ela for experiencial, portanto empírica e significativa (RG); Experienciação se aproxima de vivência, significa que você precisa pensar no que aquilo representa para sua vida (JM). • Sensação de estar vivendo: Vivência é o que eu estou vivendo, é o presente (WM).
	Encontro	<ul style="list-style-type: none"> • Troca: Você absorve e também oferece alguma coisa, a balança não importa (RM). • Sensação de compartilhar: Sentimento de compartilhar, se estar junto (JM). • Conjunto de pessoas: Característica de imersão, com tempo determinado, muitas pessoas juntas aprendendo sobre um determinado tema (CH).
	Plenitude	<ul style="list-style-type: none"> • Imersão: Característica de imersão, com tempo determinado, muitas pessoas juntas aprendendo sobre um determinado tema (CH). • Estética (sentido teórico): A vivência não pode ser determinada racionalmente, conferindo “uma dimensão estética”, devendo “ser unicamente experimentado, ou melhor, ‘sentido na pele’ (Viesenteiner, 2013); (sentido prático): Ter a experiência estética junto (JM). • Sentimento (sentido teórico): Vivência é caracterizada como sentimento ou “Pathos”, um contraconceito da razão que significa padecimento em oposição a ação (Viesenteiner, 2013); (sentido prático): Tocar todos os sentidos (RM). • Ausência de consciência: Vivência é completamente inconsciente e acompanha o fluxo daquilo que vai acontecendo, enquanto que a reflexão impõe uma parada de movimento, uma ruptura e destruição da vivência (Seibt, 2012).
	Significabilidade	<ul style="list-style-type: none"> • Transformação: Sair melhor do que entrou (RM). • Intensidade: “o que é vivenciado deve ter uma intensidade de tal modo significativa, cujo resultado confere uma importância que transforma por completo o contexto geral da existência” (Viesenteiner, 2013). • Intencionalidade: “No âmbito da teorização não se vive mais na vivência, mas ela se coloca lá, aí, diante, cria um intervalo dentro da própria vivência, que a divide em polos que se põem um diante do outro, como conhecedor e conhecido, como sujeito e objeto. Isso só é possível se a vivência é extraída do seu vivo fluxo de realização, o que significa que ela se orienta intencionalmente” (Seibt, 2012). • Evento: “O vivenciar não é um processo que passa por mim e que eu posso representar como um objeto”, e neste sentido, “podemos compreender a vivência intencional como evento sendo o processo apenas uma pálda reminiscência do evento” (Fernandes, 2010). • Sensação de premiação: Conquista que estimula (JM).
	Imediatez	<ul style="list-style-type: none"> • Impacta a realidade: “O mundo, o mundo das coisas e o mundo das pessoas, o mundo do real e do ideal, enfim, o todo do ente só se nos faz acessível, só se nos dá, a partir de nossas vivências” (Fernandes, 2010). • Impacta o indivíduo: “No vivenciar, eu aconteço e, por outro lado, acontece algo comigo”. “toda vivência é sempre ‘minha’ vivência exclusivamente individual, e isso significa ‘não apenas que eu sinto, mas também que eu incondicionalmente sinto’” (Heidegger, 1987, apud Fernandes, 2010). • Ausência de legado: “vivência tem o caráter de ligação imediata com a vida”, e deste modo não é possível se vivenciar algo “através do legado de uma tradição e nem através de algo de que ‘se ouviu falar’” e por isso “o caráter de ‘imediatez’ da vivência com a vida” (Viesenteiner, 2013). • Presença Física: Presença física, você está de corpo presente (RM). • Verdade: É experiência verdadeira, é vivenciar um momento verdadeiro, é verdade (NB). • Disponibilidade: Estar atento ao dia-a-dia (ou não, tem coisas que te pegam lá na frente), estar disponível (IA).
Cocriação	Processo	<ul style="list-style-type: none"> • Atividade de seleção - Dirigida pelo Cliente: A cocriação é feita através da atividade de seleção pelo cliente (1). • Atividade de seleção - Dirigida pela Empresa: A cocriação é dirigida pela empresa (1). • Contribuições com formato – Fixo: As contribuições são definidas e possuem formato fixo (1). • Contribuições com formato – Aberto: As contribuições não são definidas permitindo inclusões abertamente (1).

(Continua na próxima página)

	<ul style="list-style-type: none"> • Abertura - Qualquer pessoa: O processo de cocriação é aberto para que qualquer pessoa possa participar (2). • Abertura - Existe seleção: O processo de cocriação não é aberto e acontece após um processo de seleção (2). • Responsabilidade/propriedade - Apenas Iniciador: As responsabilidades, assim como a propriedade da criação, ficam apenas com o iniciador do processo (2). • Responsabilidade/propriedade - Iniciador + contribuidores: As responsabilidades, assim como a propriedade da criação, são divididas com todos os contribuidores, bem como com o iniciador do processo (2). • Início - Inquietação Interna: O início do processo surge a partir de um desejo ou necessidade interna de algum indivíduo do grupo (Autor). • Início - Demanda Externa: O início do processo surge através de uma solicitação externa ao grupo (Autor). • Início - Inquietação Interna e Demanda Externa: Uma combinação de demanda externa com inquietação interna (Autor). • Resultado - Prático concreto: O processo resulta em um produto, serviço ou evento prático e concreto (Autor). • Resultado - Subjetivo intangível: O processo resulta em um produto, serviço ou evento com características subjetivas e intangíveis (Autor). • Resultado - Prático concreto e subjetivo intangível: Uma combinação de resultado prático concreto com o subjetivo intangível (Autor). • Monitoramento – Sim: O resultado da cocriação é monitorado para possíveis melhorias futuras (Autor). • Monitoramento – Não: Não existe monitoramento durante a execução do resultado da cocriação (Autor). • Delimitação - Bem delimitado: O desenvolvimento da fase de levantamento de dados acontece separadamente da fase de concepção (Autor). • Delimitação - Parcialmente delimitado: O desenvolvimento da fase de levantamento de dados se mistura com a fase de concepção (Autor). • Delimitação - Mal delimitado: O desenvolvimento das fases de levantamento de dados e de concepção acontecem quase simultaneamente (Autor). • Transformação Pessoal: Criar em conjunto é fundamental para o crescimento (NB). • Desenvolvimento de ideias: Processos de criação de soluções, de desenvolvimento de ideias que acontecem em conjunto e que não tem resultado esperado (CH).
Pessoas	<ul style="list-style-type: none"> • Interessados: (Interesse) Sentimento que acompanha a atenção dirigida para um conteúdo específico (DM). • Confiáveis: (Confiança) Segurança íntima com que se procede. Crédito, fé. Boa fama. Segurança e bom conceito. Esperança firme. Familiaridade (DM). • Comprometidas: Comprometimento: Ação de comprometer, empenhar, envolver-se em uma responsabilidade funesta (DM). • Comunicativas: Comunicação: Ação, efeito ou meio de comunicar. Processo pelo qual ideias e sentimentos se transmitem de indivíduo para indivíduo, tornando possível a interação social (DM). • Equipes: Criação conjunta, que pode ser em conjunto de uma equipe, de várias equipes, de empresas diferentes (RM). • Objetivos comuns: Co-criar algo é estabelecer o “o que” em o “como”, baseando sempre num “porque”, e paralelamente a isso, existe um processo de criação compartilhada, aonde o “o que” já está estabelecido e o grupo tem uma participação efetiva no processo do “como” realizar, alinhados sempre com um mesmo “porque” (RG). • Integração: Ato ou processo de integrar; incorporação, complemento. Condição de constituir um todo pela adição ou combinação de partes ou elementos. Ajustamento recíproco dos elementos constitutivos de uma dada cultura de modo a formar um todo equilibrado (DM). • Motivação: Ato de motivar. Processo de iniciação de uma ação consciente e voluntária (DM).
Contexto	<ul style="list-style-type: none"> • Coordenação: Ação ou efeito de coordenar. Disposição ou classificação na mesma ordem. Colaboração harmoniosa de partes e sequência normal de funções (DM). • Confiável: (Confiança) Segurança íntima com que se procede. Crédito, fé. Boa fama. Segurança e bom conceito. Esperança firme. Familiaridade (DM). • Compartilhamento acessível: De fácil acesso. A que se pode chegar; aproximável. Que se pode alcançar, conseguir ou possuir. Compreensível, inteligível (DM). • Propósito: Alguém realmente traz uma contribuição que seja pertinente, que desenvolva alguma coisa, é diferente de inspiração, cocriação existe quando existe propósito e intenção (IA). • Co-gerenciamento: Cocriação e Co-gerenciamento adam juntos. Cocriação é muito fácil. Manutenção é a mais importante (JM).